



*Universidad Carlos III de Madrid*

*Escuela Politécnica Superior, Leganés*

# **PROYECTO FIN DE CARRERA**

## **Plan de negocio para la rehabilitación y explotación de una casa rural en Ventosa**

Raúl García Ladrón de Guevara  
Ingeniería Industrial  
Curso 2014/2015

Tutor: D. Jesús Morcillo Bellido



# ÍNDICE

	página
1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. OBJETIVOS DEL PLAN DE NEGOCIO.....	3
2.1. OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	3
2.2. PLAN DEL PROYECTO.....	4
2.3. METODOLOGÍA Y PLANTEAMIENTO.....	5
2.4. DIAGRAMA DE GANTT.....	7
3. SEÑORÍO DE MOLINA DE ARAGÓN. UN TERRITORIO POR DESCUBRIR.....	9
3.1. MOLINA DE ARAGÓN.....	11
3.2. ALREDEDORES DE MOLINA DE ARAGÓN.....	15
3.3. PARQUE NATURAL ALTO TAJO Y GEOPARQUE.....	20
4. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y DEL MERCADO.....	27
4.1. ANÁLISIS PESTEL.....	27
4.1.1 Economía y sociología.....	28
4.1.2. Turismo rural.....	34
4.1.3. Ecología y parte legal: trámites iniciales, documentación y ayudas.....	38
4.2. ESTRATEGIA DE LA EMPRESA.....	52
4.2.1. Justificación de la oportunidad.....	52
4.2.2 Estrategia inicial.....	53
4.2.3. Grado de rivalidad en el sector.....	54
4.2.4. Competencia.....	59
4.2.5. Análisis DAFO.....	67
5. PLAN DE MARKETING.....	71
5.1. PRODUCTO. DIFERENCIACIÓN.....	71
5.1.1. Lugares interesantes a visitar en el Alto Tajo.....	73
5.1.2. Rutas turísticas por el Señorío de Molina – Alto Tajo.....	74
5.1.3. Deportes y aventura.....	78
5.1.4. Acuerdos: restauración y ocio.....	80
5.1.5. El pueblo: Ventosa.....	84
5.1.6. Servicios ofrecidos por la casa rural “Los Cocutos”. Una casa diferente.....	89
5.2. PRECIO Y PROMOCION.....	95
5.2.1. Objetivos y metas.....	95

	página
5.2.2. Precio.....	101
5.2.3. Promoción.....	105
6. PLAN DE OPERACIONES.....	113
6.1. PROCESOS.....	113
6.1.1. Procesos de la empresa.....	113
6.1.2. Reservas.....	117
6.1.3. Recogida de los clientes.....	118
6.1.4. Desayunos.....	119
6.1.5. Actividades.....	120
6.1.6. Despedida.....	122
6.1.7. Limpieza.....	123
6.1.8. Mantenimiento y gestoría.....	124
6.1.9. Cuestionario de calidad.....	125
6.2. REFORMA DE LA CASA.....	127
6.2.1. Reforma.....	127
6.2.2. Calefacción.....	130
7. RECURSOS HUMANOS.....	141
8. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO.....	143
8.1. INGRESOS.....	144
8.2. GASTOS.....	146
8.3. INVERSIÓN Y AMORTIZACIONES.....	150
8.4. FINANCIACIÓN.....	152
8.5. TESORERÍA DEL PRIMER AÑO.....	153
8.6. CUENTAS DE RESULTADOS.....	156
8.7. BALANCE.....	160
8.8. ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD.....	163
9. CONCLUSIONES.....	169
10. BIBLIOGRAFÍA.....	171
11. ANEXOS.....	175

# ÍNDICE DE FIGURAS

	página
Figura 1. Fotografía de la casa con Peñagrande de fondo.....	6
Figura 2. Diagrama de Gantt (horas) .....	7
Figura 3. Comarcas de la provincia de Guadalajara.....	9
Figura 4. Sexmas del Señorío de Molina.....	10
Figura 5. Composición turística de Molina de Aragón.....	14
Figura 6. Castillo de Zafra .....	15
Figura 7. Castillo de Embid .....	16
Figura 8. Torre de Cobeta.....	16
Figura 9. Castillo de Santiuste en Corduente.....	17
Figura 10. Casa en Rillo de Gallo .....	18
Figura 11. Mapa de la comarca Molina de Aragón – Alto Tajo.....	19
Figura 12. Logotipo Geoparque Comarca de Molina – Alto Tajo.....	20
Figura 13. Aragonito.....	22
Figura 14. Paisaje típico del Alto Tajo.....	23
Figura 15. Peñagrande (Ventosa) .....	24
Figura 16. Perfil socio-demográfico del turista residente.....	30
Figura 17. Actividades realizadas en los viajes con destino interno .....	32
Figura 18. Tipos de viaje de ocio, recreo y vacaciones .....	33
Figura 19. Viajes y pernoctaciones según tipo de viaje .....	35
Figura 20. Pasos a seguir para la tramitación de ayudas.....	47
Figura 21. Distintas formas jurídicas de una empresa.....	49
Figura 22. Casas rurales de la competencia .....	60
Figura 23. Apartamentos rurales Miraltajo (Corduente). Foto extraída de su web.....	62
Figura 24. Casa rural La Cava (Molina de Aragón). Foto extraída de su web.....	64
Figura 25. Apartamentos Rurales La Ínsula (Castilnuevo). Foto extraída de su web. ....	66
Figura 26. Cartel indicador del Camino del Cid, con Peñagrande al fondo.....	76
Figura 27. Zorbing .....	79
Figura 28. Spa en Poveda de la Sierra .....	83
Figura 29. Santuario Nuestra Señora Virgen de la Hoz, Ventosa.....	85
Figura 30. Vista panorámica de Ventosa desde Peñagrande.....	87
Figura 31. Fachada principal de la casa .....	93
Figura 32. Peñagrande con unas petunias en primer plano .....	93
Figura 33. Subida a la “cámara” o segundo piso. Las piñas abundan por toda la casa .....	94
Figura 34. Vista general de la cochera a contraluz .....	94
Figura 35. Búsquedas de los términos “casa rural” y “casas rurales”, google.es/trends, mayo 2014 .....	108
Figura 36. Diagrama de proceso de funcionamiento de la casa .....	116
Figura 37. Pérdidas por calor a lo largo de distintos espesores.....	133
Figura 38. Zonas climáticas en España .....	134

Figura 39. Radiación media diaria .....	135
Figura 40. Esquema resultante de la instalación de ACS y calefacción .....	137
Figura 41. Esquema resumen instalación ACS y calefacción .....	138
Figura 42. Evolución ingresos, gastos y Beneficio Neto, escenario realista (€).....	157
Figura 43. Evolución ingresos, gastos y Beneficio Neto, escenario pesimista (€) .....	159
Figura 44. Presupuesto reforma, página 1/4.....	175
Figura 45. Presupuesto reforma, página 2/4.....	176
Figura 46. Presupuesto reforma, página 3/4.....	177
Figura 47. Presupuesto reforma, página 4/4.....	178
Figura 48. Plano esquemático de la casa. En rojo, los tabiques y el baño nuevos.....	179
Figura 49. Préstamo compromiso Banco Santander .....	180
Figura 50. Préstamo Línea ICO 2014 Banco Santander .....	181
Figura 51. Préstamo hipotecario Banco Santander .....	182
Figura 52. Decreto 93/2006. Página 1/10.....	183
Figura 53. Decreto 93/2006. Página 2/10.....	184
Figura 54. Decreto 93/2006. Página 3/10.....	185
Figura 55. Decreto 93/2006. Página 4/10.....	186
Figura 56. Decreto 93/2006. Página 5/10.....	187
Figura 57. Decreto 93/2006. Página 6/10.....	188
Figura 58. Decreto 93/2006. Página 7/10.....	189
Figura 59. Decreto 93/2006. Página 8/10.....	190
Figura 60. Decreto 93/2006. Página 9/10.....	191
Figura 61. Decreto 93/2006. Página 10/10.....	192

## ÍNDICE DE TABLAS

	página
Tabla 1. Tareas y duración del proyecto (horas) .....	7
Tabla 2. Objetivos de ocupación del negocio, situación realista (%) .....	101
Tabla 3. Objetivos de ocupación del negocio, situación pesimista (%).....	101
Tabla 4. Precios de la competencia más cercana (€) .....	103
Tabla 5. Tarifas casa rural “Los Cocutos” (€) .....	104
Tabla 6. Comparativo de tarifas entre motores de búsqueda (€).....	110
Tabla 7. Ingresos anuales en escenario realista (€) .....	145
Tabla 8. Ingresos anuales en escenario pesimista (€).....	146
Tabla 9. Gastos fijos anuales (€) .....	148
Tabla 10. Gastos variables anuales en escenario realista (€) .....	149
Tabla 11. Gastos variables anuales en escenario pesimista (€) .....	149
Tabla 12. Inversión inicial (€).....	151
Tabla 13. Amortización anual de la inversión (€) .....	152
Tabla 14. Balance a 1 de septiembre de 2014, inicio de la empresa (€) .....	154
Tabla 15. Cuenta de resultados a 31 de diciembre de 2014 (€) .....	154
Tabla 16. Tesorería primer año, escenario realista (€) .....	155
Tabla 17. Tesorería primer año, escenario pesimista (€).....	155
Tabla 18. Cuentas de Resultados, escenario realista (€) .....	156
Tabla 19. Cuentas de resultados, escenario pesimista (€).....	158
Tabla 20. Balance a día 1 de enero de 2015 (€).....	160
Tabla 21. Balances cinco primeros años, escenario realista (€).....	161
Tabla 22. Balances cinco primeros años, escenario pesimista (€) .....	162
Tabla 23. Cash flow de los cinco primeros años (€).....	163
Tabla 24. Valor final del proyecto después de cinco años (€).....	164
Tabla 25. Periodos de recuperación .....	165
Tabla 26. VAN (€) .....	166
Tabla 27. TIR (tasa de descuento en %).....	166
Tabla 28. Generación de EBITDA en ambos escenarios (€) .....	167

(Todas las tablas son de elaboración propia)





## 1. INTRODUCCIÓN.

Este plan de negocio consiste en el desarrollo de una casa rural llamada “Los Cocutos” en Ventosa, Guadalajara. La casa en cuestión es una casa de piedra, de unos cien años, con cuatro habitaciones, dos baños y aseo, salón-comedor, y una planta superior de 100 metros cuadrados totalmente diáfana con dos ambientes, que se convertirá en el punto fuerte de la casa, ya que permitirá relajarse al calor de una chimenea, disfrutar de espectaculares vistas a través de su cristalera panorámica, o divertirse en su zona de juegos y reunión.

El plan de negocio se basa fundamentalmente en la casa y en una reforma ambiciosa que dotará a la misma de las más novedosas tecnologías y del máximo confort, sumiendo al cliente en un ambiente rural que nunca antes había sentido. Además, también se articulan una serie de packs de servicios para que el cliente haga de su estancia una experiencia inolvidable y salga absolutamente satisfecho de su visita a la casa. Turismo, ocio, cultura y relax son los cuatro pilares sobre los que se articula el negocio, ayudándose de otros como la gastronomía o la espléndida ubicación de la casa a nivel geográfico, para ser completamente diferente al resto de negocios similares, y maximizar la rentabilidad de este negocio.



## **2. OBJETIVOS DEL PLAN DE NEGOCIO.**

### **2.1. OBJETIVOS DEL PROYECTO.**

Los objetivos que se quieren alcanzar con la realización y puesta en marcha del negocio de una Casa Rural en Ventosa, Guadalajara, son básicamente dos.

El objetivo principal es el de poner en funcionamiento un segundo negocio familiar que ayude a complementar el negocio principal, que es un pequeño comercio en Móstoles (Madrid), y que debido a la crisis económica actual está mermando el nivel de ingresos. Por lo que la ayuda extra de un negocio como el de este alojamiento rural que se desea empezar y que cuenta con buenas perspectivas desde el primer instante, parece que puede ser una buena solución.

Otro de los objetivos es la reforma integral de la casa. Se trata de la casa de pueblo en la que se crio mi familia, y que aún se mantiene. Es una casa que permanece cerrada más del 80% del año, y que sólo se disfruta en algunas semanas de verano, ciertos puentes, Semana Santa y poco más. Se quiere reformar la casa puesto que, aunque de momento no se vive demasiado en ella, cada vez se acude un poco más, y necesita de ciertas mejoras para hacerla más confortable, más equipada para el día a día, y que en los durísimos inviernos que allí se dan, se pueda ir también a disfrutar de ella.

Mis padres se jubilan en unos años, y cuando lo hagan, probablemente pasen allí largas temporadas al año, y la reforma es totalmente necesaria. Con la ejecución de este proyecto, se conseguirá el objetivo principal que es sacar beneficio y rentabilidad de una casa que se encuentra actualmente parada, para que ayude a la familia en

estos momentos de estrecheces económicas, y además se realizará la necesaria reforma que la casa necesita para que en un futuro se convierta en segunda residencia.

## **2.2. PLAN DEL PROYECTO.**

El plan de negocio que se presenta es el siguiente: la transformación de una casa vieja de pueblo en alojamiento rural, ubicada en Ventosa, un pueblecito situado a 8 kilómetros de Molina de Aragón en la provincia de Guadalajara, a las puertas del Parque Natural del Alto Tajo, y actual y reciente Geoparque por la UNESCO.

La idea no es nueva, pues es un negocio en auge desde hace ya unos cuantos años, incluso a pesar de la crisis. Pero el autor llevaba ya años evaluando las posibilidades de emprender un negocio en este lugar. Es una de las zonas más deprimidas de España y la zona con menos densidad de población de toda Europa. Y por ello se desea contribuir con algún tipo de negocio que ayude a regenerar económica y socialmente la zona.

El nivel de riesgo es muy bajo, pues aunque es una zona bastante deprimida, despoblada y que se ve afectada en mayor medida por la crisis que otras zonas de España debido al recorte de servicios y a la no inversión del Gobierno y entidades públicas y privadas en la comarca, a cambio se dan las condiciones ideales para la consecución del objetivo principal que es el de explotar y rentabilizar una casa rural. El lugar en el que se va a llevar a cabo el negocio es Ventosa, pueblo de entrada al Parque Natural del Alto Tajo, y como se verá más adelante, es un lugar perfecto para ofrecer los servicios y atender a las necesidades del público objetivo que busca una casa rural en España, que es el descanso, la naturaleza, gastronomía, turismo y deporte en un

entorno privilegiado. Y además se encuentra situada en una zona en la que no está muy explotado el turismo y negocio rural, con lo que unido a su excelente ubicación cerca de núcleos de población tan grandes como Madrid, Zaragoza o Valencia, se presta a ser optimista con el futuro del negocio que se desea comenzar.

### **2.3. METODOLOGÍA Y PLANTEAMIENTO.**

La metodología empleada en la realización de este proyecto va a consistir en seguir un orden estrictamente académico según lo visto en las diversas asignaturas de la carrera, obteniendo información de varias asignaturas como pueden ser Dirección Comercial, Administración de Empresas, Dirección Financiera, o La Empresa y su Entorno Económico, además de otros apuntes y libros tan conocidos como los de Philip Kotler para la parte de marketing.

Se seguirá un orden de trabajo que básicamente se reduce al índice propiamente dicho: primero una leve descripción e introducción del plan de negocio, luego se pasa al plan de marketing, seguido del plan de operaciones, para terminar con la parte financiera del proyecto. Procurando seguir las indicaciones dadas por el tutor del proyecto y por los distintos profesores que han impartido asignaturas y charlas informativas al respecto, se intentará aplicar los conocimientos aprendidos en las asignaturas de Organización Industrial para desarrollar un proyecto real, que permita sacar adelante un negocio que debe ser rentable y viable, y que responda a las necesidades y problemas que se detallan en los siguientes puntos del proyecto.

Por tanto, se define un planteamiento académico de todo el desarrollo del proyecto, que sirva para poner en práctica todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera en un proyecto real y palpable, que además logre que una vieja casa de pueblo se convierta en foco de atención turístico de una comarca virgen y aún por

explorar, que satisfaga las necesidades y demandas de los clientes, y que por supuesto genere un beneficio económico para la familia, que al fin y al cabo es para lo que se crean los negocios, para ganar dinero.

Además, se debe tener en cuenta que el proyecto está realizado por un ingeniero, con lo que las partes técnicas del mismo estarán perfectamente solventadas por el autor, dotando también globalmente de un punto de vista diferente al plan de negocio. Se unen en un mismo proyecto los conocimientos técnicos de un ingeniero, y los propios aplicables a un negocio adquiridos en la especialidad.

**Figura 1. Fotografía de la casa con Peñagrande de fondo**



## 2.4. DIAGRAMA DE GANTT.

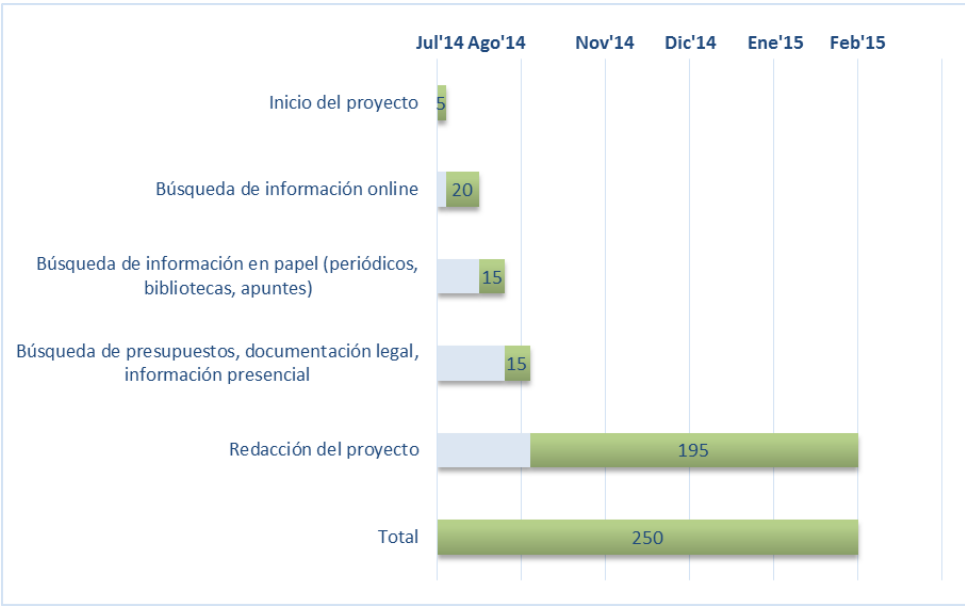
El presente proyecto ha tenido una duración de 12 semanas, en las cuales se han llevado a cabo las diferentes tareas requeridas en la elaboración del proyecto. El reparto temporal de estas tareas se puede observar en la siguiente tabla, en la cual se muestra cada tarea con la semana de comienzo y las semanas de duración.

**Tabla 1. Tareas y duración del proyecto (horas)**

Tareas	Inicio	Duración en horas
Inicio del proyecto	0	5
Búsqueda de información online	5	20
Búsqueda de información en papel (periódicos, bibliotecas, apuntes)	25	15
Búsqueda de presupuestos, documentación legal, información presencial	40	15
Redacción del proyecto	55	195
Total		250

El diagrama de Gantt de esta tabla quedaría de la siguiente forma (en verde claro la tarea que se realiza, en verde oscuro el tiempo ya empleado):

**Figura 2. Diagrama de Gantt (horas)**



(Elaboración propia)





### 3. SEÑORÍO DE MOLINA DE ARAGÓN. UN TERRITORIO POR DESCUBRIR.

Antes de introducirse en el fondo del proyecto, es interesante descubrir la zona en la que se va a situar la casa, y que es el principal reclamo del negocio. Una zona muy recóndita de España, apenas conocida, pero de alto valor natural y turístico que permite desarrollar un proyecto de alojamiento turístico con muchas garantías de que prospere adecuadamente.

La casa se encuentra ubicada en el término municipal de Ventosa, Guadalajara, en Castilla – La Mancha. Es una EATIM (entidad de ámbito territorial menor al municipio) que cuenta con ayuntamiento propio, aunque depende en primera instancia de Corduente, pueblo vecino distante a dos kilómetros, y posteriormente de Molina de Aragón, que es el municipio que cuenta con todos los servicios básicos de la comarca. Todo ello está englobado en la Comarca Señorío de Molina – Alto Tajo, que comprende toda la mitad oriental de la provincia de Guadalajara.

**Figura 3. Comarcas de la provincia de Guadalajara**



A su vez, el Señorío de Molina se divide en 4 subterritorios llamados sexmas, y que son divisiones históricas y que a día de hoy sólo se usan para delimitar zonas de interés, pues a nivel administrativo no tienen ningún valor, aunque sentimentalmente son muy queridas y utilizadas aún por los habitantes de la comarca. En cada una de ellas se encuentran ciertos pueblos de referencia, encargados de algunas funciones puntuales territoriales, que descargan de trabajo al Ayuntamiento de Molina de Aragón, o que cuentan con servicios tales como consultorio médico, o incluso alguna oficina bancaria, que permiten a los habitantes de esa sexma no desplazarse a Molina de Aragón más allá de lo necesario. Pero a nivel administrativo, las cuatro sexmas pertenecen al Señorío de Molina, y es Molina de Aragón el corazón y motor de toda esta región. Ventosa se encuentra situado en la Sexma del Sabinar, que junto con la Sexma de la Sierra, son las más visitadas debido a que el Parque Natural del Alto Tajo discurre a través de ellas.

**Figura 4. Sexmas del Señorío de Molina**



### **3.1. MOLINA DE ARAGÓN.**

La capital de todo el Señorío es Molina de Aragón. De su nombre podemos deducir la importancia histórica que tuvo, su carácter señorial, no exento de litigios entre los poderosos de la época. Castilla y Aragón batallaron en Molina por un territorio rico en patrimonio natural y arquitectónico. Declarada como Conjunto Histórico en 1965, es una de las típicas ciudades señoriales de Castilla – La Mancha.

De sus otras edificaciones podemos destacar la iglesia de Santa María la Mayor de San Gil, el primer edificio románico del siglo XII, cuya sacristía guarda lienzos del siglo XVII.

Tiene Molina de Aragón el convento de las Clarisas, una construcción protogótica cuyos muros son de sillares y en el interior conserva una escultura del siglo XVII del Crucificado y una Inmaculada del siglo XVIII.

El convento de San Francisco, fundado por la infanta doña Blanca, señora de Molina, en el siglo XIII; es gótico con añadidos clásicos y barrocos, configurando otra de las construcciones más llamativas.

Junto al Ayuntamiento, del siglo XVII, en la Plaza Mayor, se levanta la iglesia de Santa María del Conde, la más antigua de las fundadas, por Manrique de Lara, primer señor y conde de Molina, en el siglo XII, de estructura románica y que ahora hace de Casón Cultural.

De gran interés son sus edificaciones civiles que se encuentran entre calles estrechas y pintorescas, a destacar los barrios moro y judío, con arquitectura típica de la época, y que aún mantienen el ambiente de la época.

El palacio de la Subalterna o Casa de los Molinos, pequeño caserón noble de principios del siglo XVI, con portón dovelado, será sede de la futura Escuela de Hostelería. Un aliciente más, ya que su gastronomía también está muy bien considerada entre los paladares de los turistas: el cabrito, la perdiz, la magnífica trucha, el cangrejo español, la trufa, las setas y níscalos de temporada, y el morteruelo típico de la zona, que es una especie de picadillo de carne, aves y caza, muy conocido en la zona. Y sobre todo, la miel.

La obra cumbre a visitar es el Castillo de Molina de Aragón, uno de los castillos más grandes y mejor conservados de España. Fue declarado Monumento Nacional en 1931. En sus orígenes fue un alcázar levantado sobre un castro celtibérico, reconvertido a fortaleza entre los siglos X y XII, levantado por los andalusíes durante su ocupación de la Península, y que fue habitado por Abengalbón, como refleja el Cantar del Mío Cid, siendo muy amigo de éste. Era un castillo muy bien situado estratégicamente y en constante disputa por los reinos de Castilla y Aragón. Se dice que Molina de Aragón se llamó antes Manlia, luego Molina de los Caballeros, y que perteneció seis años a la Corona de Aragón, tomando su nombre final, aunque a veces se la conoce simplemente por Molina. Decir que el sentimiento aragonés aún se encuentra enraizado entre los lugareños, con la jota y la Pilarica como máximos referentes de esta tierra más próxima a Aragón que a Castilla (nunca llamar a la gente del lugar manchegos so pena de recibir ingentes improperios). Decir que el castillo es plenamente visitable, con guía turística; que también se encuentra el Prao de los Judíos (ruinas de un pueblo judío que existió antes de la llegada de los árabes) y la Torre de Aragón, una torre de vigilancia que cuenta con un pequeño museo en su interior.

También destacar el futuro Parador Nacional que completará la oferta de turismo y generará empleo y riqueza en la comarca, convirtiéndose en el foco de atracción para todos los turistas que no la conozcan, de lo cual se puede aprovechar la casa rural.

Molina cuenta con un puente románico de tres arcos escarzanos, símbolo de la ciudad, y su Museo Comarcal que engloba toda la historia que podemos hallar de la comarca, en especial restos paleolíticos, celtibéricos, y remontándonos mucho más atrás en el tiempo, restos de dinosaurios y protodinosaurios reales que se han encontrado en la comarca.

Para terminar, reflejar que el 16 de Julio se celebra la fiesta por la Virgen del Carmen, en la que su muy leal y ancestral Cofradía protagoniza una de las procesiones más pintorescas y solemnes de la provincia. La feria medieval y las fiestas del Cristo de la Victoria el 1 de Septiembre completan las fechas que no se pueden perder.

Figura 5. Composición turística de Molina de Aragón



### 3.2. ALREDEDORES DE MOLINA DE ARAGÓN.

Antes de adentrarse en el Parque Natural del Alto Tajo, en el que se encuentra la mayor parte de sitios pintorescos para el turista además de Molina de Aragón, se pueden descubrir muchos sitios de gran interés en los alrededores de la casa. El Señorío de Molina es una tierra rica en castillos, la gran mayoría espléndidamente conservados y visitables, que hacen de esta tierra de ensueño un pequeño paraíso para los amantes de los castillos, y para el público en general.

El mejor exponente de todos ellos es el Castillo de Zafra, situado en el término municipal de Campillo de Dueñas, aunque se accede mucho mejor desde Hombrados. Es un castillo restaurado por un vecino de la localidad, con el que se puede concertar una visita y amablemente abrirá las puertas para su visita.

**Figura 6. Castillo de Zafra**





En Embid también podemos encontrar otro magnífico castillo, muy bien conservado:

**Figura 7. Castillo de Embid**



Y en Cobeta una torre que se corona vigía del pueblo, perfectamente cuidada.

**Figura 8. Torre de Cobeta**





El otro castillo más importante de la comarca después del de Molina de Aragón es el Castillo de Santiuste, en Corduente. Esta interesante casa-fuerte del siglo XV, destinada a palacio, es el perfecto ejemplo de cómo los dueños de un señorío establecían su residencia. Aunque su aspecto es de castillo, en realidad sus muros constituyeron la vivienda, y las torres en sus esquinas, el refuerzo defensivo. Actualmente es privado, y se pueden concertar visitas, ya que por dentro está reformado y decorado acorde a la época, con salones medievales y gran patio interior.

**Figura 9. Castillo de Santiuste en Corduente**



Además de castillos, también se pueden encontrar lugares muy interesantes como Rillo de Gallo. En este pequeño pueblo hallaremos uno de los yacimientos más grandes de la península de huellas y restos de dinosaurios, y de cortes geológicos de suma importancia que sabrán apreciar los apasionados del tema. Además, también hay lugar para una casa particular de belleza excepcional y de estilo Gaudí, que cada vez tiene más visitantes y es más conocida:

**Figura 10. Casa en Rillo de Gallo**



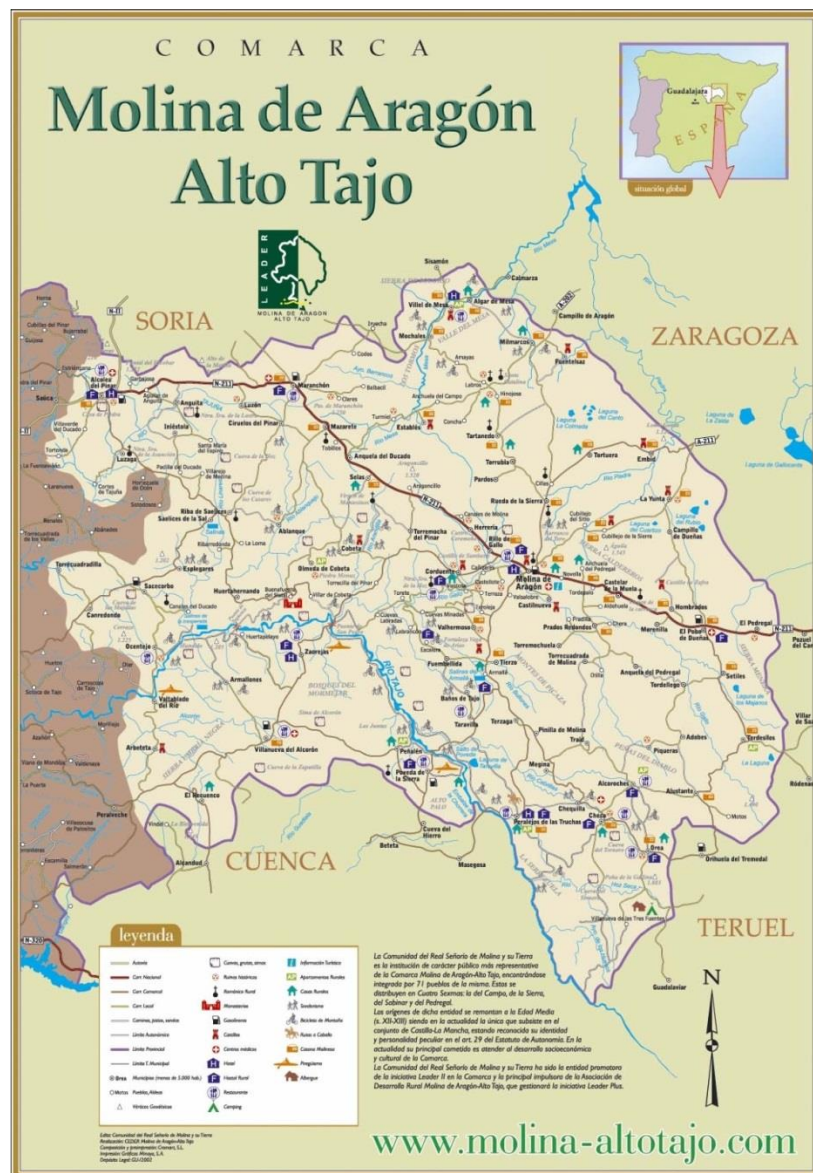
A 2 kilómetros de Rillo de Gallo se encuentra Herrería, otra pequeña población que cuenta con el Castro Celtibérico y yacimiento arqueológico El Ceremeño. Construido entre los siglos IX y VIII a. C., fue un poblado defensivo muy importante en las guerras celtibéricas, y que se conserva en muy buen estado, que es visitable y está perfectamente explicado mediante cartelones. Y otros dos kilómetros más allá, Canales de Molina con una suerte de litgrabados paleocristianos en la Fuente de la Mora, como los que se pueden encontrar en Rillo de Gallo.

Mencionar que a poco más de media hora de Ventosa en coche se encuentra la Laguna de Gallocanta en Zaragoza, Reserva Natural, lugar de extrema singularidad y refugio de muchas aves migratorias además de gran cantidad de mamíferos. Y a una hora, también ya en Zaragoza, se puede visitar el Monasterio de Piedra, Bien de Interés Cultural y famoso por el parque que deja a su paso el Río Piedra.



Y ya un poquito más lejos, aunque a una hora también de coche por autopista, podemos visitar Teruel, ciudad mudéjar por excelencia, y con Dinópolis, museo de los dinosaurios que hará las delicias de los más pequeños; y Albarracín, ciudad “hermana” de Molina de Aragón por su configuración y belleza, en la que cerca se encuentra el nacimiento del Río Tajo. De camino a estos dos lugares podremos hacer un alto en Monreal del Campo, y visitar el museo del Azafrán, producto estrella de la comarca turolense a la que pertenece el pueblo.

**Figura 11. Mapa de la comarca Molina de Aragón – Alto Tajo**



### 3.3. PARQUE NATURAL ALTO TAJO Y GEOPARQUE.

Llegamos al punto crucial de todo el proyecto, y alrededor de lo que gira la casa y el negocio (junto con Molina de Aragón). Es el punto de atracción turístico principal debido a la gran cantidad de actividades que se pueden realizar, y que debido al clima frío de la zona, a excepción del invierno, permiten a los visitantes realizar excursiones o deportes en la naturaleza sin pasar los rigores del verano español, y con temperaturas suaves en primavera y otoño (estas dos últimas las mejores épocas para visitar el parque).

El Parque Natural del Alto Tajo es un parque natural español situado entre el sureste de la provincia de Guadalajara y el nordeste de la de Cuenca, constituyendo un amplio sistema de hoces naturales en el curso alto del río Tajo y sus afluentes a su paso por estas provincias y de extensos bosques que los rodean, con una gran diversidad climática, topográfica y geológica. Fue creado en el año 2000, siendo Zona de Especial Protección para las Aves, Lugar de Importancia Comunitaria, y desde el 27 de Marzo de 2014, miembro de la Red Europea de Geoparques de la UNESCO. Un Geoparque es un territorio con un patrimonio geológico que sirve de protagonista y conductor, la puesta en marcha de iniciativas de geoconservación y divulgación, y la potenciación del desarrollo socioeconómico y cultural a escala local.

Figura 12. Logotipo Geoparque Comarca de Molina – Alto Tajo



Como Alto Tajo se considera toda la parte alta del río, desde su nacimiento hasta su llegada a su curso medio donde lleva más agua y, generalmente, su pendiente se modera. Sin embargo, el Parque Natural del Alto Tajo abarca tan solo su tramo alto entre las provincias de Cuenca y Guadalajara, sin incluir a Teruel.

Así, el Parque Natural del Ato Tajo está situado en el centro de España, al sureste de la provincia de Guadalajara y al noreste de la de Cuenca, abarcando casi todo el tramo alto del río Tajo y a sus primeros afluentes de importancia. En el interior del parque y en sus límites se establecen varias poblaciones comunicadas únicamente por carreteras.

La evolución geológica del curso alto del río Tajo viene marcada por tres fases, la primera la orogenaria herciniana del Paleozoico. La segunda la del período Triásico del Mesozoico cuando se forman los conglomerados y areniscas característicos del parque, donde los estratos rocosos han sido erosionados por las corrientes fluviales formando las hoces de los ríos Gallo, Cabrillas, Arandilla o Linares. Durante esta segunda, se produce la influencia marina que deja numerosos fósiles característicos de la era paleozoica, y que se pueden contemplar y estudiar en el Museo Comarcal de Molina de Aragón.

En la tercera fase, avanzada la era Cenozoica, en el Neógeno, se produce la definitiva transformación del paisaje del Alto Tajo. Los materiales secundarios son los más abundantes y los que abarcan una mayor extensión en el Alto Tajo. Destacan tres tipos de rocas formadas durante este período: la caliza, el yeso y la marga y la arenisca y el conglomerado. De este período es también el aragonito, mineral cálcico muy abundante en toda la comarca de Molina y de la serranía de Cuenca y que se puede encontrar en diversas zonas del parque natural, principalmente en los carst y en

las cuevas y simas. Es un mineral que únicamente se da aquí en el mundo, y que por eso toma el nombre de aragonito en referencia a Molina de Aragón, y que forma parte del logotipo del Geoparque.

**Figura 13. Aragonito**



Surge en estratos horizontales o ligeramente plegados formando la estructura de las zonas más altas y de las parameras por ser el material más resistente a la erosión del agua. Es la roca más extendida en el Señorío de Molina y en el Alto Tajo, sobre todo en las cimas de los barrancos y cañones que abundan en todo el Parque.



**Figura 14. Paisaje típico del Alto Tajo**



El clima es frío en invierno, marcando las temperaturas más bajas de toda España, pero en el resto del año las temperaturas son suaves, incluso en verano, que permiten al turista realizar todo tipo de actividades sin merma del confort por calor. La época recomendada para visitar el parque es primavera, por el deshielo, y por encontrarse todo en su máximo esplendor, y en otoño, pues las tonalidades ocre y rojizas que obtienen los chopos, álamos y demás vegetación con el verde perenne de los pinos, hacen que el viajero no pueda dejar de quedarse extasiado observando el apabullante paisaje que lo rodea.

**Figura 15. Peñagrande (Ventosa)**



En cuanto a la flora del lugar, destacar los tres tipos de pinos que se encuentran a lo largo de todo el parque (laricio, rodeno y silvestre), las sabinas, el chopo o álamo, quejigos, encinas y bojés, entre otros.

La fauna es otro de los puntos fuertes del Parque Natural Alto – Tajo. En una simple excursión a pie o en bicicleta por cualquier camino o carretera puedes encontrarte una ardilla o un corzo observándote desde la distancia. Nutrias, zorros, gamos, muflones, cabras, ovejas, gato montés, jabalíes, conejos, liebres, erizos, hurones, comadreas, y sobre todo, el rey de la comarca, que es el ciervo. En la época de apareamiento, desde finales de septiembre y octubre, es digno de observar y sobre todo escuchar la berrea, un buen reclamo turístico que sumado al ambiente nocturno



y envolvente de los páramos en los que se da la berrea, sumerge al turista en una atmósfera sobrecogedora.

La gran cantidad de hoces y cortados que horadan los ríos que cruzan el parque natural hace que entre las aves sean las rapaces las más visibles, de las que hay numerosas especies que sobrevuelan los cielos del parque natural. El buitre leonado es la más numerosa de todas las rapaces que hay en la comarca, muy frecuentes en los cañones occidentales del parque natural, pero también hay comunidades de cernícalos, gavilanes, halcones peregrinos, ratoneros comunes, azores, alimoches, águilas calzadas, perdiceras, culebreras y reales, milanos negros y alcotanes, los últimos más escasos en la comarca. En las noches del parque natural aparecen otras rapaces como búhos reales, mochuelos, cárabos, autillos y lechuzas comunes.

También numerosas especies de aves menores pueblan los cielos y rincones del Alto Tajo, entre las que destacan las passeriformes, mirlos, pitos reales, arrendajos y urracas, entre muchas otras.

La mayoría de estas rapaces y otras aves menores se encuentran protegidas por la ZEPA del Alto Tajo: el alimoche, el buitre leonado, el águila culebrera, el águila real, el águila calzada, el águila perdicera, el halcón peregrino, el búho real, el chotacabras europeo, el martín pescador, la totovía y la curruca rabilarga. Y todas ellas se pueden observar perfectamente desde los numerosos miradores y observatorios de los que dispone el parque, destacando el del Barranco de la Hoz en Ventosa, o el de Zaorejas sobre el Puente de San Pedro.

Toda esta diversidad hace que los amantes de la naturaleza, estudiosos de las aves, pescadores y expertos cinegéticos tengan como punto de referencia el Alto Tajo. Además, a disposición del turista hay tres Centros de Interpretación distribuidos por todo el Parque, como son Sequero de Orea, Dehesa de Corduente y Alto Tajo Zaorejas, en los que se muestra los espacios ambientales del parque mediante reproducciones, maquetas y audiovisuales, desarrollándose a lo largo de todo el año exposiciones temporales, concursos de fotografía y visitas guiadas a las georutas. Y a todos ellos hay que proveerles de alojamiento y de información precisa para que disfruten y puedan desarrollar sus actividades favoritas en esta zona de gran valor histórico, de patrimonio, cultural y de naturaleza que nos brinda el Señorío de Molina, el Parque Natural del Alto Tajo, y todo ello de forma conjunta, el Geoparque Comarca de Molina – Alto Tajo. En este punto es cuando el negocio de la casa rural adopta su máximo significado, ya que permitirá a todos sus huéspedes sentirse en el núcleo del Geoparque y disfrutar de una experiencia irrepetible.

## **4. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y DEL MERCADO.**

A la hora de comenzar un proyecto nuevo como es éste, se torna fundamental el conocimiento del medio que te rodea. La situación socio-económica, el mercado actual al que se enfrenta, las oportunidades y posibilidades de éxito del nuevo negocio, y conseguir hacerlo rentable, son magnitudes que se deben medir antes de comenzar el proyecto, para poder lograr los objetivos marcados y que se quieren alcanzar en la nueva aventura que es adentrarse en un mercado muy competitivo y que no perdona un error.

### **4.1. ANÁLISIS PESTEL.**

Las casas rurales es un fenómeno cada vez más popular de hace unos diez años hacia aquí, que está en boca de todos, y que permite evadirse de las grandes ciudades y su constante estrés por precios asequibles para la mayoría de los públicos. Y como este proyecto se trata de abrir un negocio nuevo, el análisis de mercado es clave para decidir si el negocio es viable y tiene visos de prosperar.

El análisis PESTEL es una herramienta de gran utilidad para comprender el crecimiento o el declive de un mercado, y en consecuencia, la posición, potencial y dirección de un negocio. PESTEL atiende a las siglas Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal, y nos ayuda a hacernos una idea de cómo se encuentra el entorno en el que nos vamos a mover, el contexto. Es un marco para analizar la situación general, nuestro mercado, y que va a influir en nuestro futuro negocio. Un pequeño estudio puede valer para comprender cómo se encuentra el sector concreto que nos interesa, el de los alojamientos rurales, y permite diseñar la estrategia para

adaptarse a las tendencias presentes y futuras del mercado, asegurando que el rendimiento de la empresa se alinee positivamente con las fuerzas de cambio que afectan al mundo empresarial.

Este análisis se centra fundamentalmente en la parte económica, puesto que la situación política, y tecnológica repercute poco a efectos del resultado. La tecnología no va a presentar un salto perceptible y que cambie el estilo de vida en los próximos años, o que haga que el negocio tenga que ser replanteado; y la política tampoco afecta al plan de negocio más allá de los recortes que se están produciendo a todos los niveles de la vida y que pueden ser un problema a la hora de la financiación, subvenciones o que los clientes acudan a la casa. Por supuesto esto se relaciona también con la situación socio-cultural, que se va a mencionar en el análisis (socio) económico con datos sobre el paro, por ejemplo.

#### 4.1.1 Economía y sociología.

En el año 2013, la situación de la economía española no ha sido muy favorable y ha visto cómo la senda de regresión que comenzó en el segundo trimestre de 2011 se prolonga hasta principios de 2014. Esto se debe sobre todo a la caída del consumo, la inversión en la zona euro, y la no concesión de crédito. El crecimiento del déficit público y, con ello, el incremento de la deuda, han tenido repercusiones negativas en la economía. Esto se une a la elevada tasa de paro, que ha ido creciendo a lo largo de todo el año hasta alcanzar cuotas del 25,6% en Febrero de 2014.

A esto hay que añadirle el comportamiento negativo de los principales indicadores económicos de crecimiento. En este contexto, a diferencia del año 2011 en el que el Producto Interior Bruto logró mantenerse estable, se ha producido un descenso del -1,6% en 2012, y del -1,2% en 2013.

Por su parte, el gasto en consumo continuó deteriorándose debido a que las condiciones financieras fueron negativas: la deuda pública ha ido aumentando sin parar desde 2007 alcanzando en 2013 el 93,9% del PIB, las expectativas laborales empeoraron y la coyuntura económica sigue marcada por la incapacidad de recuperación del mercado de trabajo.

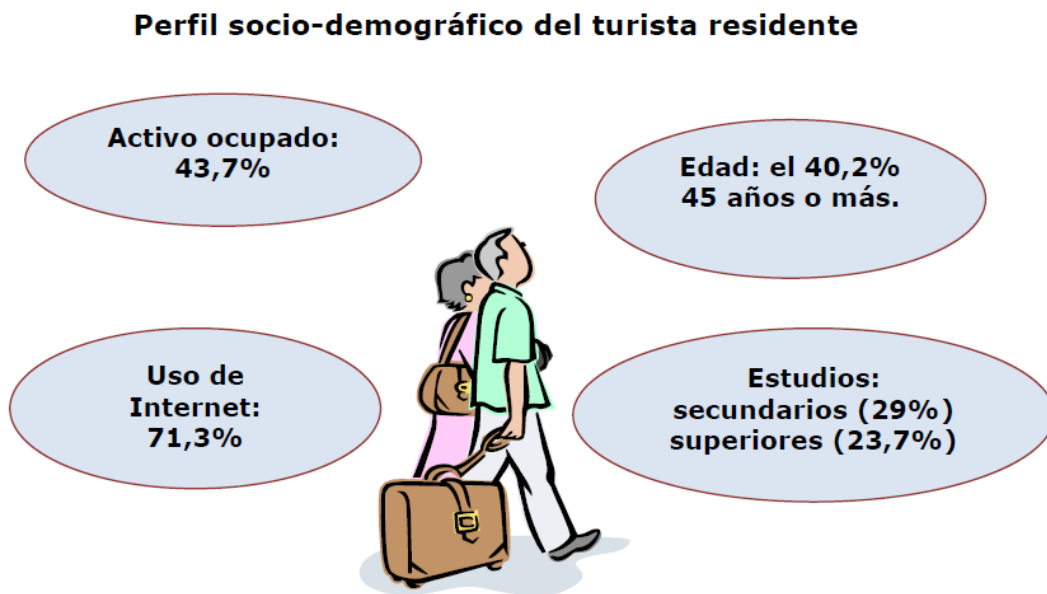
Siguiendo con la tendencia del año anterior, la demanda final se puede considerar positiva, gracias al menor número de compras al extranjero y al incremento considerable de las exportaciones. Por otro lado, atendiendo a la oferta, la mayoría de las ramas de la producción acusaron una pérdida de actividad durante el año 2013. Solamente la agricultura y algunas actividades de servicios se vieron incrementadas, mientras que el resto tuvieron un comportamiento negativo, especialmente la construcción y la industria. La balanza comercial en 2012 fue del -3,09% del PIB, y continúa en tendencia positiva desde 2010.

En un análisis PESTEL no podía faltar el estudio sociológico, en el que se estudia más a las personas que a los datos económicos, que son al fin y al cabo los potenciales clientes, y aquellos que van a hacer que el negocio sea rentable y salga adelante. Es por esto que se dan una serie de pinceladas acerca de los viajeros en España, con unas pequeñas gráficas para ayudarnos a entenderlo mejor. Se va a tratar también en mayor medida los datos relativos a turismo interno, que son los más cercanos al tipo de mercado del negocio presentado.

El perfil sociológico del viajero español es el siguiente:

Figura 16. Perfil socio-demográfico del turista residente

Encuesta de Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur). Año 2012



Fuente: ITE. Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur)

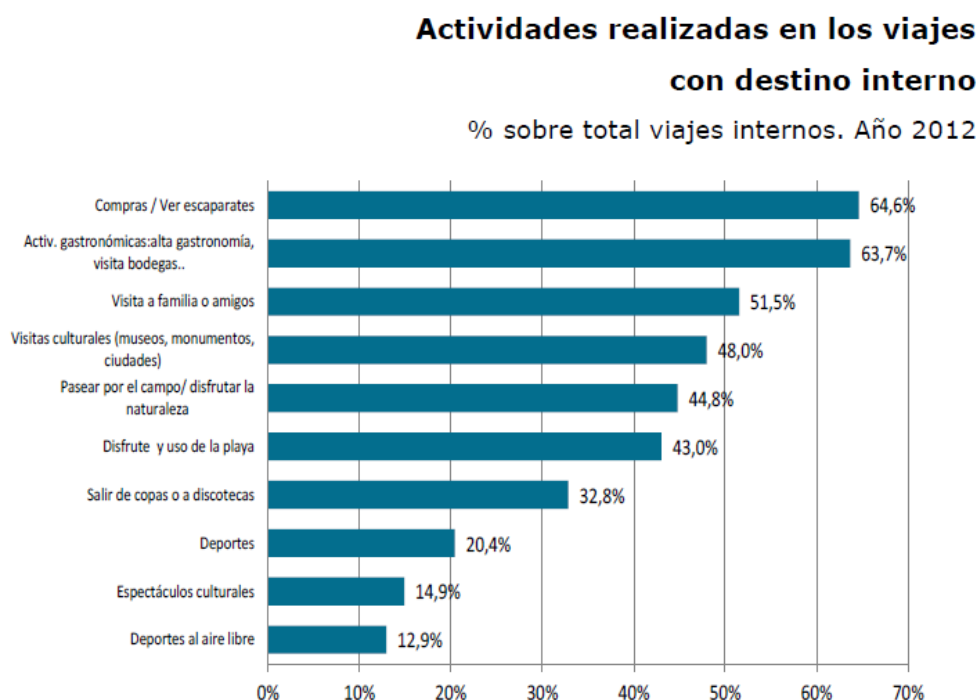
Es importante tener esto en mente de cara a focalizar el negocio, la casa en sí misma y el plan de marketing al público objetivo. Según el Instituto de Turismo de España (ITE), cuantos más estudios tengan los viajeros, más porcentaje de población de ese nivel de estudios viajará. También dice que el 59,4% de los hogares españoles ha realizado al menos un viaje pernoctando fuera de su lugar de residencia habitual.

En relación al perfil socio-demográfico destaca que cerca del 40% de los individuos viajeros cuenta con 45 años o más, aproximadamente la mitad está casado, el 29% tiene estudios secundarios y el 43,7% es activo ocupado. Asimismo, un 71,3% de los individuos viajeros hace uso de Internet (cinco puntos más que en 2011).

Con respecto al uso de Internet, ha aumentado en relación al año anterior, situándose en 2012 en el 29,3%, más de dos puntos porcentuales que el año anterior. La práctica totalidad (99,2%) lo usó para buscar información, un 76,5% para hacer una reserva y un 52,4%, para efectuar el pago final de algún servicio. Este último colectivo ha aumentado en ocho puntos respecto al año 2011.

Al igual que el año anterior, las compras, las actividades gastronómicas y las visitas culturales fueron las principales actividades de los residentes en España. Sin embargo éstas han sufrido cambios sustanciales que conviene matizar. Las compras y ver escaparates han perdido más de trece puntos, mientras que las visitas culturales, son casi nueve puntos inferiores a las registradas en 2011. Por su parte, las actividades gastronómicas se mantienen en niveles similares.

**Figura 17. Actividades realizadas en los viajes con destino interno**



Fuente: ITE. Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur)

El coche se situó, como es habitual, como el principal medio de transporte de los desplazamientos internos de los residentes en España, con un peso del 84% sobre el total. Con una importancia mucho menor se situaron los viajes en autobús (5,6%), en avión (5%) y en tren (4,5%). El motivo del viaje fue el ocio, como es de esperar. La mayoría de las personas viajan en búsqueda de descanso, deporte, vacaciones, fiesta o cultura.

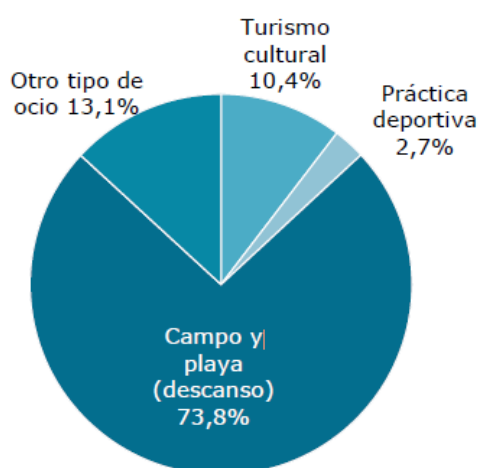
Y dentro de los viajes de ocio, el descanso es el principal objetivo, dato que se torna fundamental en el caso de una casa rural, pues en gran medida lo que se vende en un alojamiento de este tipo y va asociado a la mente de los clientes es el descanso



en un medio rural, alejado de las grandes ciudades, que les permitirá evadirse del estrés de la vida urbana.

**Figura 18. Tipos de viaje de ocio, recreo y vacaciones**

**Tipos de viaje de ocio, recreo y vacaciones**  
% sobre total viajes internos por motivo ocio. Año 2012



Fuente: ITE. Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur)

Para finalizar el análisis, comentar que la estacionalidad en el turismo es un fenómeno que siempre se da, pero con respecto a los viajes se ha percibido una tendencia antes comentada de que hay un aumento de viajeros en los puentes (34,8% de crecimiento respecto a 2011) y fines de semana (2,1% respecto a 2011). En los periodos vacacionales largos (-6,3% respecto a 2011), la Semana Santa (-7,7% respecto a 2011), y Navidades (-1,7% respecto a 2011), se ha producido un descenso del número de viajeros en viajes internos en España. La conclusión es que hay que potenciar los periodos no vacacionales y pequeños puentes, que están en auge debido a la crisis, ya que las familias pueden afrontar con mayor facilidad gastos económicos en periodos más cortos.

#### 4.1.2. Turismo rural.

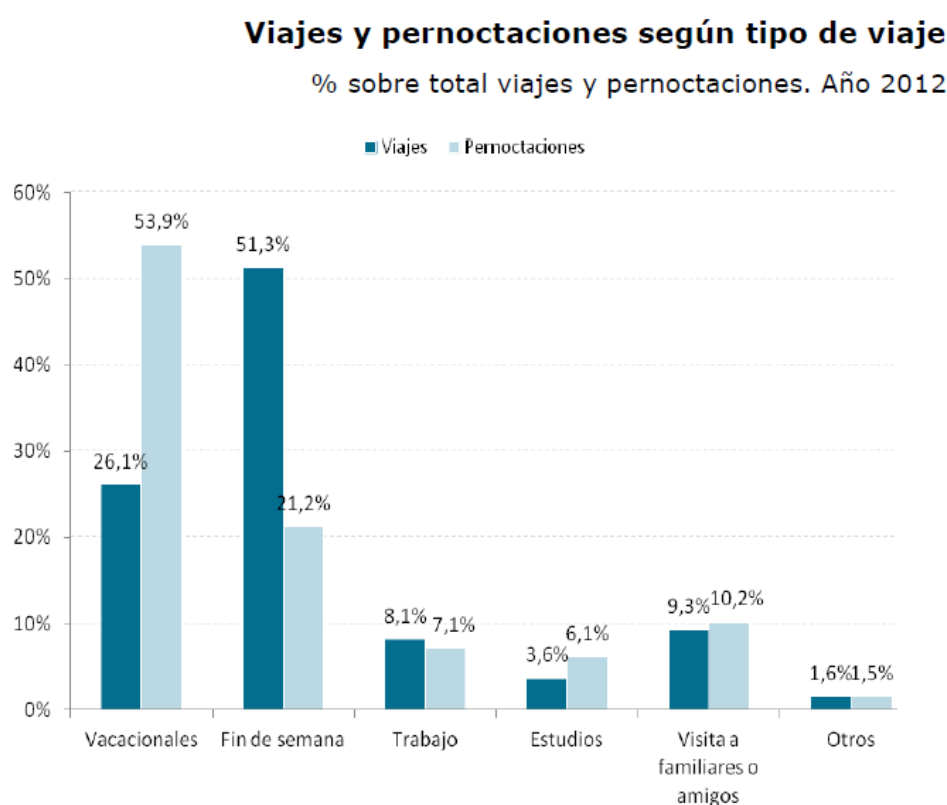
Si bien la situación de la economía española no es esperanzadora, el sector turístico se ha visto favorecido gracias a la llegada de turistas internacionales y el aumento de su gasto. Gracias a esto, la balanza de pagos del año 2013 registró un superávit turístico: los ingresos por turismo fueron superiores, mientras que los pagos por turismo descendieron. No obstante, no ocurre lo mismo con la demanda del turismo interno, que sufrió un descenso en comparación al año anterior, aunque leve.

Un análisis del mercado y la demanda puede ser vital para el buen desarrollo del negocio y para saber a qué nos estamos enfrentando y poder obtener una pequeña visión global del mercado. En España, la encuesta de movimientos turísticos de los españoles (Familitur) es la operación estadística de la Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos que recoge datos relativos a los viajes que realizan los residentes en España. En diciembre de 2014, Familitur aún no ha mostrado su estudio relativo a 2013, y aunque a lo largo de este análisis se actualizan registros referentes a 2013 y 2014, los datos obtenidos de Familitur y del Instituto Nacional de Estadística, ayudan mucho a obtener una buena fotografía del turismo interno español, que es el que afecta a este negocio. Los registros generales de turismo más destacables fueron los siguientes:

- En 2012, los residentes en España realizaron 158.700.000 viajes, un -1,3% respecto a 2011 (en este caso se tiene los datos ya de 2013, que indican que se realizaron un total de 153.700.000 viajes, un -3,2% respecto a 2012), siendo los viajes internos 146.600.000, -0,6% respecto de 2011.
- El 92,3% de los viajes fueron dentro de España.
- El gasto medio por persona se situó en 180,3€.
- La mayoría de viajes se realizan en coche, un 84%.
- El 72,6% de los viajes se realizaron sin reserva.
- El ocio fue el principal motivo, un 52,9%.

- El uso de Internet para la planificación del viaje crece cada año. En 2012, se utilizó en el 29,3% de los viajes, casi tres puntos porcentuales más que el año anterior, y esta cifra ha aumentado en 2013 y lo seguirá haciendo en el futuro.
- El grado de satisfacción en los viajes internos se situó en un 8,6 sobre 10, al igual que en 2011.
- Los viajes vacacionales son los más numerosos, pero el año 2012 muestra una tendencia a renunciar a viajes en periodos vacacionales largos (verano, Semana Santa, y Navidad) por viajes de menor duración, como los de puentes y fines de semana.

**Figura 19. Viajes y pernoctaciones según tipo de viaje**



Fuente: ITE. Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur)

La tendencia que siguió la economía española en 2013 hace indicar que se puede suponer que estos indicadores anteriormente citados sean algo mejores para 2014. Los datos de turismo en España en alojamientos de tipo rural en 2013 fueron los siguientes:

- 2.500.441 viajeros visitaron España y durmieron en alojamientos rurales, de los cuales el 84,2% son españoles y el resto extranjeros, siendo el 84,28% residentes en la U.E. en su mayoría provenientes de Alemania, del Reino Unido y de Francia (28,21%, 18,27% y 15,63% respectivamente).
- Hubo un total de 6.912.636 pernoctaciones en España, siendo el 75,4% de españoles.
- Hay un total de 15.044 alojamientos rurales.
- La estancia media ha sido de 2,76 pernoctaciones.
- Los meses con más afluencia de viajeros fueron los de Agosto (377.188 viajeros y una ocupación del 38,71% por habitaciones), Julio (275.009 viajeros y una ocupación del 23,9% por habitaciones), Junio (229.397 viajeros y una ocupación del 15,13% por habitaciones) y Marzo (la Semana Santa se torna fundamental en el reclamo de viajeros que van a casas rurales, con 222.285 viajeros y una ocupación del 15,69%). En el cómputo total del año, el grado de ocupación por plazas ha sido de un 13,44%, por plazas en fin de semana de un 23,61%, y por habitaciones de un 16,15%.

En Castilla – La Mancha, en 2013 se obtuvieron los siguientes registros:

- El número de visitantes ascendió a 158.118 viajeros, de los cuales el 98% son españoles.
- Hubo un total de 382.073 pernoctaciones en Castilla – La Mancha, el 96% de españoles.
- Hay un total de 1.408 alojamientos rurales, con un porcentaje de ocupación del 8,71% de las plazas disponibles, del 20,35% en fines de semana, y del 10,24% por habitaciones.
- La estancia media ha sido de 2,42 pernoctaciones.

Afinando un poco más los datos, en alojamientos rurales definidos como casas rurales en Castilla – La Mancha en 2013:

- El número de visitantes ascendió a 144.791 viajeros, de los cuales el 98% son españoles. Es la tercera Comunidad Autónoma de España que tiene más visitantes en casas rurales después de Castilla y León (274.985 viajeros) y Cataluña (180.110 viajeros).
- Hubo un total de 343.294 pernoctaciones en Castilla – La Mancha, el 95,7% de españoles.
- Hay un total de 1.371 alojamientos rurales, con un porcentaje de ocupación del 8,69% de las plazas disponibles, y del 20,39% en fines de semana.
- En la provincia de Guadalajara hay 221 casas rurales abiertas a 2014.
- La estancia media ha sido de 2,42 pernoctaciones.

La distribución porcentual de viajeros que han acudido a alojamientos rurales en Castilla – La Mancha, ha sido la siguiente: el 50,03% provenían de la Comunidad Autónoma de Madrid, el 16,64% de Castilla – La Mancha, el 14,71% de la Comunitat Valenciana, la Región de Murcia con un 6,38%, y el 2,80% de Cataluña, siendo las siguientes ya muy minoritarias. Como resumen de todos estos datos podemos concluir: de media, aproximadamente el 20% del año una casa rural está ocupada, siendo la principal demanda en verano, Semana Santa y puentes, con porcentajes cercanos al 100%. Un mes normal, se ocupará de media dos fines de semana al menos, lo que supone aproximadamente más del 50% de ocupación en fin de semana al año.

#### 4.1.3. Ecología y parte legal: trámites iniciales, documentación y ayudas.

El Decreto 93/2006, de 11-07-2006, y su modificación, Decreto 348/2008, de 09-12-2008, de Ordenación del Alojamiento Rural de Castilla – La Mancha, de la Consejería de Industria y Tecnología de la Junta de Comunidades de Castilla – La Mancha, se redacta debido a que el turismo de interior, en concreto el turismo rural, ocupa dentro de la oferta turística global un lugar cada vez más destacado y creciente. Para regular este aumento de la demanda y configurar este sector de la actividad económica como uno de los elementos básicos del desarrollo económico sostenible del medio rural, se crean nuevas tipologías de alojamiento para que la demanda encuentre un alojamiento de calidad, diferenciado, y sostenible.

Se consideran servicios de alojamiento turístico en el medio rural, la prestación del servicio de habitación o de residencia, con o sin servicio de comidas, mediante el pago de un precio, en un edificio cuyas características estéticas sean las propias de la arquitectura tradicional popular de la comarca en que se ubique, definida conforme a las correspondientes normas de planteamiento, y se ubiquen en medio rural. Se entiende por medio rural aquel en que se desarrollan predominantemente actividades en plena naturaleza o agrícolas, forestales, pesqueras de carácter fluvial, ganaderas y cinegéticas.

Además, la Administración de la Junta de Comunidades de Castilla – La Mancha realizará una adecuada actividad de promoción y fomento de esta modalidad de alojamiento a través de su página web, oficinas de información y turismo y demás sitios oficiales, otorgando una promoción específica a las casas rurales de Castilla – La Mancha situadas en los municipios de menos de cinco mil habitantes. A los efectos de su inclusión en las guías oficiales editadas por la Junta de Comunidades de Castilla – La Mancha, así como en cualesquiera otros medios de promoción que pudieran realizarse por dicha Administración, los titulares de los establecimientos de alojamiento turístico

en el medio rural deberán remitir a la Dirección General competente en materia de turismo, el número de habitaciones con que cuenta el alojamiento, medios de contacto con el mismo, breve descripción del inmueble, plano de situación y dos fotografías recientes en formato jpeg o similar.

Los establecimientos de alojamiento turístico en el medio rural se clasifican en los siguientes tipos:

1. Ventas de Castilla – La Mancha.
2. Casas Rurales.
3. Alojamientos rurales singulares.
4. Albergues rurales.
5. Complejos de turismo rural.
6. Explotaciones de agroturismo.

Los alojamientos turísticos en el medio rural se clasifican además por categorías en función de la calidad de los servicios que oferten al mercado, conforme a criterios fijados más adelante. De éstos, son las casas rurales y los alojamientos rurales los que entran en las dos posibles tipologías que definen la casa rural objeto del proyecto.

#### ■ *Alojamientos rurales singulares.*

Son alojamientos rurales singulares aquellos establecimientos que por su excepcionalidad y especiales características o morfología, no pueden encuadrarse en ninguno de los restantes tipos de alojamiento turístico rural, tales como casas-cueva, molinos de agua o cabañas. Hay bastantes casas rurales con esta definición, puesto que quizás casas de más reciente construcción que no siguen patrones de vivienda tradicional o por su situación, no pueden englobarse en ninguna otra categoría y se les concede esta distinción.

### ■ *Casas rurales.*

Son casas rurales los alojamientos turísticos rurales que reúnen todos los requisitos que más adelante se establecen. En función de su régimen de explotación, se clasificarán en dos modalidades:

- Casas rurales de alojamiento compartido, en las que el titular del establecimiento comparte el uso de la vivienda con una zona o anexo dedicada al hospedaje.
- Casas rurales de alquiler, en las que se cede el uso y disfrute de la vivienda en su totalidad o parte de la misma, sin la presencia de su titular. En este caso es en el que se va a encontrar la casa rural objeto del proyecto.

Las casas rurales se calificarán en una, dos o tres espigas, en función de los servicios que presten y la calidad de los mismos, de conformidad con el Anexo I que se expone más adelante.

### ■ *Requisitos generales de los alojamientos turísticos en el medio rural.*

A continuación se exponen de manera resumida los requisitos generales que deben cumplir todos los alojamientos turísticos en el medio rural, ya sean casas rurales, alojamientos singulares, albergues, etc.

- a) Los accesos deben estar convenientemente señalizados.
- b) Agua sanitaria. De acumulador no inferior a 50 litros por plaza si no hay red municipal de abastecimiento.
- c) Evacuación de aguas residuales a la red de alcantarillado público.
- d) Energía eléctrica con potencia suficiente.
- e) Servicio de depósito de basuras.
- f) Botiquín de primeros auxilios.



- g) Extintores contra incendios en cocina y salón-comedor de al menos 5 kilogramos de carga. Habrá también, al menos, un extintor en planta alta y ático.
- h) Calefacción.
- i) Teléfono fijo (aunque ya no es necesario).
- j) Existencia de un contrato de seguro de responsabilidad civil vigente durante el periodo anual de apertura del establecimiento.

Además, hay otras consideraciones a tener en cuenta:

- Camas supletorias. Dentro del límite establecido, a petición del cliente podrán instalarse camas supletorias en aquellas habitaciones que lo permitan, no pudiéndose instalar más de una por habitación. La instalación de cunas para niños menores de dos años deberá realizarse a petición del cliente, no teniendo en ningún caso la consideración de camas supletorias, como tampoco la tendrán los sofás-camas.
- Prestación de servicios. Los titulares de los alojamientos turísticos en el medio rural serán responsables de la adecuada calidad en la prestación de los servicios que oferten, y con una duración mínima de seis meses al año. El titular o persona encargada estará localizable en el propio establecimiento o a menos de una hora de distancia del término municipal donde éste se ubique, durante las veinticuatro horas del día, al objeto de solucionar los problemas que pudieran plantearse en el mismo.
- Mantenimiento. Las instalaciones, mobiliario, elementos decorativos, enseres y menaje serán en todo momento los adecuados al nivel de calidad y a la clase y calificación que ostente el establecimiento. Podrá exponerse un inventario de las existencias de cocina, mobiliario y complementos existentes. Dicho inventario podrá presentarse a los clientes a su llegada y verificarse en su presencia. Los titulares de las casas rurales podrán exigir, para responder de la pérdida o deterioro de las instalaciones, mobiliario y enseres que sea imputable

a los clientes, el depósito en el momento de ocupar el alojamiento de una cantidad no superior al cincuenta por ciento del importe total del precio pactado.

- Servicio de comidas y restaurante. Se podrá ofertar este servicio siempre que se publicite su precio, siendo de carácter voluntario. Para ello, la decoración, mobiliario y vajilla serán los adecuados a los modelos tradicionales de la comarca (los vasos y platos de cristal de la abuela se conservarán a tal efecto); la carta incorporará al menos dos platos y un postre de la gastronomía tradicional de la comarca; que utilice preferentemente productos locales, de agricultura ecológica, con vinos de Castilla – La Mancha, y poniendo a disposición del cliente información relativa a las recetas tradicionales. En la casa no habrá como tal un restaurante, y el servicio de comidas si lo desea el cliente será a través de catering, pero es un catering tradicional, de una empresa afincada en Molina de Aragón, y con una carta de productos típicos de la comarca, con lo que estos supuestos se cumplirán en caso de que el cliente así lo demande.
- Otros servicios complementarios. Cuando se ofrezcan otros servicios complementarios como lavandería, aparcamiento u otros similares, que no estén incluidos en el precio del alojamiento, deberán comunicarse a la Delegación Provincial, y dar la debida publicidad a sus precios. Además, para prestar servicios de turismo activo hay que obtener la oportuna autorización e inscripción registral de Ordenación de las Empresas de Turismo Activo de Castilla – La Mancha, o bien se hayan contratado dichas actividades con entidades debidamente autorizadas e inscritas. El caso de la casa rural es el segundo, puesto que en los acuerdos con otras empresas se establece que estos servicios los van a prestar empresas externas a la casa.
- Información y publicidad a los usuarios. Los titulares de los establecimientos deberán exponer de manera visible en tablón de anuncios en la entrada principal y en su página web si tuviera, la posibilidad de consulta de la siguiente información:

1. Número de registro.
2. Existencia de seguro de responsabilidad civil.
3. Información sobre los precios de los servicios ofertados.
4. Existencia de hojas de reclamaciones.
5. Placas de identificación. Junto a la puerta de entrada en el exterior del alojamiento, con el número de registro.
6. Normas de régimen interior. Los titulares de los alojamientos de turismo en el medio rural podrán establecer, respecto al uso de los servicios e instalaciones por parte de las personas que estén alojadas en los mismos, las normas de régimen interior que consideren convenientes, y puestas en conocimiento de los clientes a su llegada al establecimiento.

#### *Criterios de calificación de las casas rurales.*

En este apartado se establecen los criterios de calificación de las Casas Rurales.

- i. Emplazamiento. Las casas rurales de dos y tres espigas no podrán situarse en zona de servidumbre conforme a lo previsto en la legislación de carreteras, ni a menos de quinientos o mil metros de actividades nocivas, respectivamente.
- ii. Superficie de las habitaciones. Las casas de una espiga serán individuales o dobles, de un mínimo de 8 y 12 metros cuadrados respectivamente. Las de dos espigas, de 10 y 14 metros cuadrados. Las de tres espigas, 12 y 16 metros cuadrados respectivamente.
- iii. Equipamiento de los dormitorios. Camas individuales o dobles, somier, colchón, almohada y ropa de cama. Además, mesillas de noche, silla, armario y punto de luz, todo ello de calidad.
- iv. Número de baños. Las casas de dos espigas tendrán baño incorporado en al menos el 50% de las habitaciones. Las de tres espigas lo tendrán en todas las habitaciones.

- v. Superficie del salón. Mínimo 15 metros cuadrados en las de dos espigas. Mínimo 20 en las de tres espigas.
- vi. Espacios exteriores. En las casas rurales de dos y tres espigas, existirá un porche o terraza, o zona ajardinada respectivamente, con mobiliario acorde con el entorno, así como una zona de aparcamiento garantizada para uso de los clientes.
- vii. Número de habitaciones. Mínimo dos habitaciones y máximo doce, con un máximo de 24 plazas.
- viii. Equipamiento de las casas rurales de alquiler. Cocina completa (grifo monomando, dos fuegos, campana extractora, horno y nevera) y despensa y armarios con vajilla completa, cubertería y batería de cocina. También lavadora, plancha y tabla de planchar. Todo esto como equipamiento mínimo.
- ix. Compensaciones. Para optar a la calificación de casa de dos o tres espigas, se dan una serie de puntos dependiendo del equipamiento y servicios de que disponga la casa, según la antigüedad del inmueble, su ubicación, señalización, estacionamiento de vehículos, fachada, suelos, salón ,decoración, calefacción, calidades, elementos decorativos, espacios, armarios, elementos de confort y de ocio...

La casa en principio será de una espiga por la limitación de los espacios exteriores. Aunque eso no va a suponer un inconveniente para que la casa conste con una gran calidad en su interior, y con un nivel de atención y servicios acordes con casas de mayor puntuación. Haciendo una suma aproximada de los puntos de los que dispondrá la casa, sale un resultado de una puntuación de una casa de dos espigas.

## ■ *Autorización e Inscripción en el Registro de Empresas y Establecimientos Turísticos de Castilla – La Mancha.*

Para comenzar a operar un negocio como es el de una casa rural, se debe solicitar la correspondiente autorización de la Consejería competente en materia de turismo donde se sitúe el establecimiento. Así mismo, las empresas autorizadas serán inscritas en el Registro de empresas y establecimientos turísticos de Castilla – La Mancha. La competencia respecto a casas rurales queda atribuida a la Delegación de la Consejería de Guadalajara.

El inicio del procedimiento se efectúa mediante modelo normalizado, al cual hay que adjuntar, al ser persona física la que va a regentar el negocio, fotocopia compulsada del DNI, copia de la inscripción registral de los títulos de propiedad o usufructo, o contrato de arrendamiento. Además, hay que presentar un informe del Ayuntamiento correspondiente, acreditando a las condiciones urbanísticas de habitabilidad y seguridad exigidas por la normativa. Si se necesitase, una solicitud de licencia de obras en caso de necesitar realizarlas. También cuatro fotografías de la fachada exterior, una relación de las unidades de alojamiento, y la copia de la póliza del seguro de responsabilidad civil.

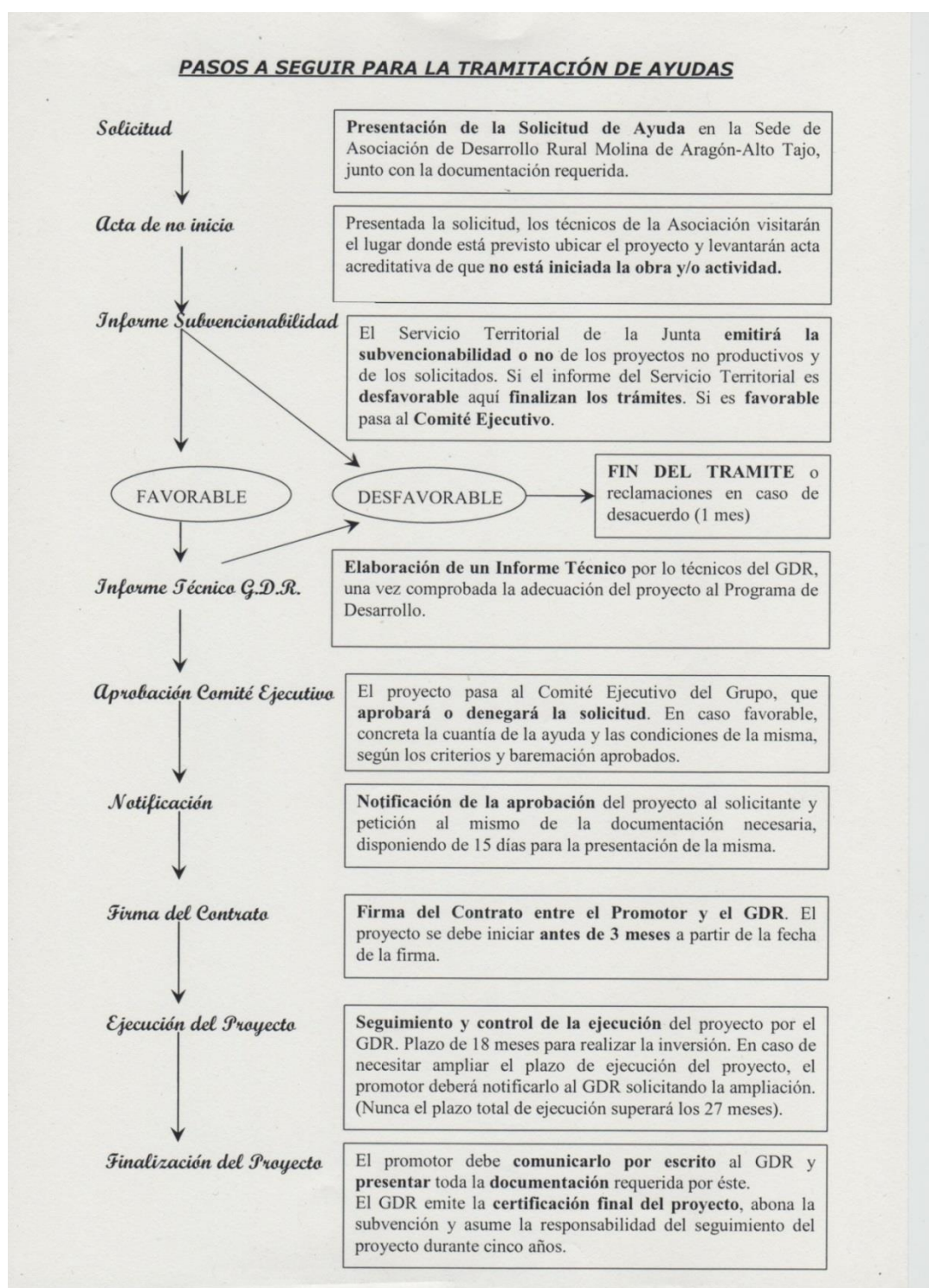
El siguiente paso después de la solicitud es una inspección de turismo, para verificar estado de las instalaciones y sus características. A continuación, se visita la oficina Leader del Grupo de Desarrollo Rural Molina de Aragón – Alto Tajo (Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale, o Unión Entre Acciones de Desarrollo de la Economía Rural, proyecto de la Unión Europea) para pedir las correspondientes subvenciones, que se conceden presentando el aval bancario y comprometiéndose a que la casa funcione durante al menos 5 años. Después de esto, se entrega el alta provisional como empresa-autónomo para ir desgravando el IVA, aunque de este tipo de papeleo se encargará el gestor.

Llegados a este punto, lo siguiente es realizar la reforma de la casa, contratando a un arquitecto si fuese necesario, aunque en principio no va a ser necesario. Después de acabar las obras, Industria vuelve a visitar la casa, da su catalogación, y se produce el alta definitiva de la casa rural como negocio.

#### ■ *Ayudas y subvenciones.*

En la siguiente imagen se pueden observar un resumen de los pasos a seguir para la tramitación de ayudas que ofrece el Grupo de Desarrollo Rural Molina de Aragón – Alto tajo (GDR), según lo que aparece en su Medida 313 de Fomento de Actividades Turísticas.

Figura 20. Pasos a seguir para la tramitación de ayudas



(Documentación aportada por el Grupo de Desarrollo Rural Molina de Aragón – Alto Tajo, Agosto 2014).

El porcentaje de ayuda es de un 12% en el tramo territorial más una ayuda mínima del 6%, y en el tramo básico, debido a que se crea 1 puesto de trabajo y no hay ningún otro establecimiento turístico en el mismo pueblo, es de un 6%, lo que hace un total del 24% en ayudas. A esto hay que sumar el 8% de la ayuda de la Diputación o Eje 4 Leader sobre el porcentaje anterior, (8% del 24% es un 1,92%). El total subvencionable es del 25,92%, y el tope de ayudas son 80.000 euros, con lo cual parece que una cuarta parte aproximadamente del proyecto de desarrollo de la Casa Rural “Los Cocutos” en Ventosa va a ser subvencionada por el Gobierno, aunque nunca se puede contar al 100% con esto pues depende de muchos factores que no se pueden controlar, como puede ser el incumplimiento de algún requisito, o el fin de las ayudas de forma repentina. Los criterios que buscan para ser elegible un proyecto subvencionable es que sea viable técnica, económica, financiera y ambientalmente, que cree o mantenga empleo, y que contribuya al desarrollo económico, social o cultural de la Comarca.

Para finalizar, la documentación a presentar para obtener esta subvención es:

- ✓ DNI
- ✓ Memoria empresarial o Plan de Viabilidad (este proyecto servirá de forma holgada para ello).
- ✓ Los presupuestos o facturas pro forma de las inversiones, obras, gastos en equipamiento, etc.
- ✓ El proyecto de obra civil si es necesario.
- ✓ La acreditación de cumplimiento de las obligaciones tributarias y con la Seguridad Social.
- ✓ Declaraciones responsables y compromisos de no haber solicitado otras ayudas, de generación y mantenimiento de empleo, de respetar la inversión durante al menos 5 años.
- ✓ Número de cuenta bancaria.
- ✓ Licencia de obras.



## ■ Elección de la forma jurídica de la empresa.

A la hora de crear una empresa, es de obligado cumplimiento saber cuál es el tipo societario que más se ajusta a las necesidades del empresario. A través de la página web del Ministerio de Industria, Energía y Turismo del Gobierno de España, se puede encontrar muy fácilmente la forma jurídica idónea para el comienzo de una nueva actividad empresarial. Filtrando por el número de socios, que en este caso va a ser uno, se llega al siguiente cuadro:

**Figura 21. Distintas formas jurídicas de una empresa**

**Responsabilidad:**  
☐ Limitada  
☐ Ilimitada

**Número de socios:**  
☒ Uno  
☐ Dos  
☐ Tres o más

**Capital social:**  
☐ Sin mínimo legal  
☐ Entre 3.000€ y 59.999€  
☐ Entre 60.000€ y 120.000€  
☐ Más de 120.000€

Tipo de empresa	Nº socios	Capital	Responsabilidad
<a href="#">Empresario Individual</a>	1	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
<a href="#">Emprendedor de Responsabilidad Limitada</a>	1	No existe mínimo legal	Limitada al capital aportado en la sociedad
<a href="#">Sociedad Anónima</a>	Mínimo 1	Mínimo 60.000 euros	Limitada al capital aportado en la sociedad
<a href="#">Sociedad Limitada de Formación Sucesiva</a>	Mínimo 1	No existe mínimo legal	Limitada al capital aportado en la sociedad
<a href="#">Sociedad Limitada Nueva Empresa</a>	Mínimo 1 Máximo 5	Mínimo 3.012 Máximo 120.202	Limitada al capital aportado en la sociedad
<a href="#">Sociedades Profesionales</a>	Mínimo 1	Según la forma social que adopte	Limitada al capital aportado en la sociedad
<a href="#">Sociedad de Responsabilidad Limitada</a>	Mínimo 1	Mínimo 3.000 euros	Limitada al capital aportado en la sociedad

(Extracto de la página web del Ministerio de Industria, Energía y Turismo [www.ipyme.org](http://www.ipyme.org)).

En un principio la forma jurídica que se debería elegir para una empresa pequeña como es el negocio de alojamiento rural, dirigido por una sola persona, sería la de “empresario individual” o autónomo. En ese caso no existe diferenciación entre el patrimonio mercantil y su patrimonio civil, la responsabilidad es ilimitada y la fiscalidad es a través del IRPF. Las ventajas serían que se necesitan muy pocas gestiones para realizar la actividad, aunque se debe responder con el patrimonio personal y la responsabilidad es ilimitada.

Es por ello que de cara a realizar un proyecto más didáctico, y en el que se pueda incluir en el plan económico y financiero, un balance inicial, la caja, y una cuenta de resultados, se optará por escoger la forma jurídica de “Sociedad Limitada Nueva Empresa”.

Esta forma jurídica de empresa es una especialidad de la sociedad limitada, en la que el número máximo de socios permitidos es de cinco, la responsabilidad se limita al capital social aportado, con un mínimo de 3.012€ y un máximo de 120.202€, siendo la fiscalidad a través del Impuesto de Sociedades que, según la Agencia Tributaria, para una entidad de nueva creación excepto que tributen a un tipo inferior, aplicarán el 15% el primer período con base imponible positiva y el siguiente, siendo luego del 25%. El tipo reducido en el impuesto de sociedades para emprendedores y entidades de nueva creación es uno de los tres incentivos fiscales que se enmarcan en el plan de choque para fomentar la actividad de los emprendedores aprobado en el Real Decreto Ley 4/2013 de 22 de febrero de 2013.

Las características más remarcables de este tipo de sociedad son:

- El capital social está dividido en participaciones sociales, y la responsabilidad frente a terceros se limita al capital aportado.

- El número de socios se puede ampliar por la transmisión de participaciones sociales.
- El objeto social es genérico para permitir una mayor flexibilidad en el desarrollo de las actividades empresariales sin necesidad de modificar los estatutos de la sociedad.
- Podrá disponer de un modelo contable adaptado a la realidad de las microempresas que cumple con las obligaciones de información contable y fiscal y que sirve como herramienta de gestión.

Las ventajas que se obtienen al optar por este tipo de forma jurídica hacen que sea una de las formas idóneas para el funcionamiento de empresas de tamaño reducido. Los trámites de constitución y puesta en marcha se hacen por medios telemáticos, y la denominación social se puede obtener en menos de 24 horas. Además, el objeto social permite una mayor flexibilidad en el desarrollo de las actividades empresariales, y se cuenta con medidas fiscales para ayudar a superar los primeros años de actividad empresarial, como por ejemplo la no obligación de efectuar pagos fraccionados del Impuesto sobre Sociedades, a cuenta de las liquidaciones correspondientes a los dos primeros períodos impositivos desde su constitución.

Después de tomar esta decisión, y como se ha comentado antes, el último paso es inscribir la empresa en el Registro Mercantil (aunque esto es opcional), la afiliación, número y alta en el Régimen de la Seguridad Social, la licencia de actividad del ayuntamiento y la adquisición y legalización del libro de visitas, para presentarlo ante una eventual inspección de Trabajo. Con esto, la empresa queda lista para empezar su funcionamiento.

## 4.2. ESTRATEGIA DE LA EMPRESA.

### 4.2.1. Justificación de la oportunidad.

En el Nueva Alcarria (periódico de la provincia de Guadalajara) del día 25 de abril de 2014, se puede leer la siguiente noticia: “La ocupación de los establecimientos rurales estuvo entre el 80 y el 100% en Semana Santa”. En la noticia se destaca lo siguiente:

*La mayoría de los establecimientos rurales de la provincia han tenido un grado de ocupación durante la Semana Santa entre el 80 y el 100 por cien. El presidente de la Federación Provincial de Turismo, Juan Luis Pajares, ha asegurado que este periodo ha sido un “punto de inflexión” respecto a los años anteriores, en el que se ha notado un incremento de ocupación en los alojamientos y del gasto medio en la restauración. “Ha sido un respiro muy importante y una inyección económica fundamental”, según Pajares.*

Además, la noticia también comenta que ha habido un incremento del gasto por turista, que se reserva a última hora pero que cada vez se reserva más. “Ha subido la media de gasto del consumidor, piden vino y de más calidad, y esos pequeños detalles que parecen menos importantes son los que indican esa tendencia”. Pajares advierte de que estos síntomas todavía son “muy tímidos”, pero “optimistas”.

Como se puede comprobar en los distintos análisis posteriores, y de noticias como ésta, se observa que el proyecto puede ser viable, y siendo conservadoramente optimista podría llegar a dar beneficios a corto – medio plazo. Esto último se acentúa echando un vistazo a la competencia a la que se enfrenta la casa rural. Siendo realistas,

la competencia directa de una casa rural son los alojamientos rurales más próximos a ella, pues las personas que buscan los servicios de una casa rural, primero deciden la zona geográfica a la que desean ir, y posteriormente ya se buscan las casas disponibles o más apetecibles de las ofertadas en ese lugar. También es cierto que hay personas que simplemente buscan un lugar de vacaciones, y que el lugar les importa menos, con lo que la competencia se extendería mucho más, pero estos son los casos menores. Por lo tanto, el comienzo de un negocio en este escenario promete buenos resultados y lograr el objetivo inicial de reformar la casa y obtener beneficios en un plazo aceptable.

#### 4.2.2 Estrategia inicial.

Toda empresa tiene que tener una estrategia a la hora de posicionar su producto en el mercado; debe llevar a cabo un conjunto de acciones para conseguir una ventaja competitiva, sostenible en el tiempo y defendible frente a la competencia, y que permita a la empresa adaptarse a los cambios del mercado. Y el producto debe ofrecerse de la mejor manera posible a los clientes para cubrir sus deseos y satisfacerles.

Para ello, el pilar básico va a ser la diferenciación. Esta casa no ofrece piscina incorporada o jacuzzi (que los ofrece, no dentro de ella), pero se distingue por los servicios integrales asociados a ella, por ofertar un fin de semana completo sin que el cliente deba preocuparse de nada. Por ofrecer un piso de arriba que va a ser algo novedoso en el mercado, pues no es habitual encontrar una estancia de 100 metros cuadrados y 4 metros de altura diáfana en una casa, rodeada de utensilios de época, con zona de juegos y de relax. Por ofrecer verdadera información en su web y personalmente allí a sus clientes, tanto de visitas, turismo, comidas, actividades, etc.

Por supuesto, la calidad del servicio es indudable que no va a faltar, la atención detallada y personalizada a cada cliente para que cuando se marchen del alojamiento se vayan plenamente satisfechos de vuelta a sus casas. Con ello se asegurará que hay un cliente nuevo, dispuesto a repetir estancia o por lo menos dejar una buena impresión en sus comentarios, e informar positivamente de ella a sus conocidos.

La visibilidad en internet es fundamental, pues hoy en día la mayoría de las casas rurales se contratan vía internet. Los clientes buscan fotos, información detallada y buenos comentarios. Todo ello ayudará a que la promoción de la casa vaya en aumento y cada vez más clientes puedan encontrar la casa. Una buena comunicación al cliente es clave para vender el producto.

Y por último destacar que la cartera de servicios podrá aumentar o disminuir según las demandas del mercado. Es muy importante adecuarse a las circunstancias que el entorno impone, y fundamental para sobrevivir en un mercado competitivo como éste. Por eso el primer año toma relevante importancia de cara a ir estableciendo cada vez mejor el camino que toma el negocio e irlo depurando cada vez más, ya sea modificando precios, servicios, o la publicidad que se tenga en cada preciso instante.

#### 4.2.3. Grado de rivalidad en el sector.

Acotando más el radio de acción del mercado que rodea al negocio, se realiza un análisis de las cinco fuerzas de Porter. El modelo de las cinco fuerzas de Porter se establece como un análisis estratégico que sirve para determinar el grado de rivalidad de un sector específico, con el fin de contrastar el valor y la proyección futura de una empresa o negocio en dicho sector.

### *Rivalidad entre los competidores existentes.*

A día de hoy, y más desde que la gran crisis que afecta a España se encuentra con nosotros, el grado de rivalidad entre los competidores existentes ha crecido muchísimo hasta hacer cambiar el modelo de negocio.

En el pasado, las casas rurales, como cualquier otro sector del turismo ya sea ocio, restauración, hostelería, alojamientos turísticos, etc., podían permitirse el lujo de apenas hacer nada para estar llenas de reservas y generar unos ingresos importantes a sus dueños. Las reservas eran muy altas y lo complicado era encontrar la casa en el lugar exacto que se buscaba; las mejor valoradas estaban muy solicitadas y debías buscar entre lo que quedaba de competencia, y siempre unos cuantos kilómetros más allá de lo deseado. Y aun así era medianamente complicado buscar una casa sin reservas, con más motivo en puentes o fiestas importantes.

Pero ahora esto ha cambiado. El mercado está saturado de casas rurales y su ocupación ha descendido bruscamente, como se ha podido comprobar en el análisis PEST anteriormente realizado. La gente nota la crisis en sus bolsillos y de lo primero que se recorta es del ocio y el tiempo libre. Además, no buscan cualquier tipo de casa, el mercado se ha vuelto mucho más exigente y busca la calidad y hacer cosas diferentes más que pasar encerrados un par de noches en una casa sin nada más que hacer. Hay que atender a la demanda y a las necesidades de los clientes, y darles un servicio diferenciado y de calidad, con propuestas novedosas que atraigan su atención, precios competitivos, y un mix de servicios que además les permita tener todo hecho de antemano y no tener que preocuparse por nada.

### *Amenaza de los nuevos competidores.*

Como se ha mencionado antes, este mercado quizá esté un poco saturado, aunque en el siguiente apartado se comprueba que afortunadamente en la zona de influencia de la casa rural que se desea iniciar, hay espacio para una casa de las características que se van a presentar. Además de que en la zona no hay de por sí muchas casas, siempre existe el riesgo de que vengan nuevos competidores a la comarca. En los últimos años no se ha abierto ningún negocio de este estilo en las proximidades, y lo mejor de todo es que en Ventosa no hay ninguna casa rural abierta a día de hoy, ni hay visos de que se abra ninguna nueva, con lo que la exclusividad de localización está casi garantizada.

Además, las barreras de entrada son altas, pues la prácticamente totalidad de las casas tienen dueño, construir nuevo es difícil pues no hay apenas terreno disponible, y embarcarse en un nuevo proyecto es muy complicado y costoso. En este caso, el poseer en propiedad la casa va a facilitar mucho las cosas.

Eso sí, siempre hay que estar atento a los movimientos de los rivales, pues pueden hacer perder el negocio que se desea sacar adelante. Por último reseñar que el futuro Parador Nacional de Molina de Aragón, más que un competidor, puede ser un foco de atención para la región entera, y poner en el mapa esta comarca que ahora mismo no es demasiado conocida, llamando así la atención de potenciales clientes.

### *Amenaza de productos y servicios sustitutivos.*

Un cliente tipo de este negocio, cuando se plantea, por ejemplo, el pasar un fin de semana en una casa rural, antes también se ha planteado otro tipo de formas en las que gastar su dinero. Hay muchos productos y servicios en el mercado que hacen competencia con los alojamientos rurales, como pueden ser las excursiones de un día,



la playa, actividades de ocio como pasar una tarde en unos karts, el día en la piscina o irse de compras a los centros comerciales. Y por supuesto el turismo tradicional de hotel, balneario, hostel o pensión.

En los últimos tiempos páginas de compra grupal para obtener descuentos importantes como Groupon, Groupalia, LetsBonus, MiNube o similares ofrecen planes atractivos a precios económicos que pueden hacer cambiar la idea al consumidor de pasar un fin de semana en el campo o la montaña. Pero también es cierto que la persona que busca pasar como poco una noche fuera de su residencia habitual no quiere sustituir ese momento por algo de una duración más corta, como un teatro o unas compras. Además la posibilidad de reunión con amigos, familiares o compañeros de trabajo en una casa, no lo brinda ninguna de las otras posibilidades, con lo que en ese sentido hay que apostar fuerte por ello y no temer (pero sí respetar) por otro tipo de competencia.

#### *Poder de negociación de los proveedores.*

Este punto es el menos conflictivo de las cinco fuerzas de Porter. Un negocio como es el de una casa rural apenas necesita suministros más allá del agua, el combustible y la luz. El agua es la de la red municipal de abastecimiento, la luz es la de la compañía que allí hay (Gas Natural Fenosa), y el combustible como se verá más adelante va a ser leña, y los dos o tres proveedores de la comarca tienen precios parecidos, con lo que en caso de problemas con uno, se soluciona acudiendo al otro.

Por otro lado contaremos también con algún proveedor de restauración para los clientes que lo demanden, habiendo también un par de empresas en Molina de Aragón dedicadas a ello, que tampoco nos supondrá gran problema a la hora de

decidir, pues va a ser un servicio exclusivo y en principio poco demandado por los clientes.

#### *Poder de negociación de los clientes.*

Los clientes son el punto más importante y que mejor hay que cuidar en todo negocio. En este caso se trata de un negocio que tiene unos precios predefinidos, y que da poco margen a que el cliente negocie, aunque se va a permitir que en caso de circunstancias especiales, alquileres extendidos en el tiempo, varias reservas o clientes habituales se permita el llegar a acuerdos puntuales. Pero en principio esto no va a ser la norma general.

En lo que sí hay que poner especial énfasis es en que el cliente se encuentre plenamente satisfecho de su estancia y que el dinero que ha invertido en ella sea compensado, pues en una época en la que el boca a boca es fundamental en estos negocios, y que una mala opinión en internet puede ser nefasta para mantenerlo, se debe apostar por una calidad y atención altísima para que esto no suceda. Su opinión debe ser tomada en cuenta siempre, y esto guiará también en buena medida el devenir del negocio, su planteamiento y los precios establecidos.

#### 4.2.4. Competencia.

Para analizar a la competencia, se realiza un estudio de todas las casas rurales del entorno pertenecientes a la comarca Señorío de Molina – Alto Tajo, y que son las que suponen competencia real y directa con la casa rural objeto de este plan de negocio.

Según la Consejería de Empleo y Economía de la Junta de Comunidades de Castilla – La Mancha, a enero de 2014 hay un total de 1371 alojamientos rurales abiertos en Castilla – La Mancha y 221 en toda la provincia de Guadalajara. Evidentemente, las casas y alojamientos rurales correspondientes a las comarcas de La Serranía (zona norte de la provincia de Guadalajara), La Campiña (Guadalajara capital y alrededores), y La Alcarria (zona centro y sur de Guadalajara) no van a ser tenidos en cuenta como competencia real y directa del nuevo negocio que se desea implementar, ya que se encuentran muy alejados del foco de acción de la casa rural, que es el Señorío de Molina y las inmediaciones del Parque Natural del Alto Tajo. Por tanto, la competencia de la casa rural se centrará en la región de referencia citada, que es en la que se encuentra situada la casa rural.

Atendiendo a lo anteriormente dicho acerca de restringir la competencia a la zona cercana de influencia de la casa rural, se obtiene la siguiente tabla con los pueblos del Señorío de Molina que disponen de alojamientos rurales y que son competencia de la casa rural y negocio objeto de estudio:

**Figura 22. Casas rurales de la competencia**

Localidad	Descripción	Categoría	Localidad	Descripción	Categoría
Alustante			Orea		
	Casa rural	1 espiga		Casa rural	1 espiga
	Apartamento rural	1 llave		Casa rural	1 espiga
	Apartamento rural	2 llaves		Apartamento rural	1 llave
Anchuela del Pedregal				Apartamento rural	2 llaves
	Casa rural	2 espigas		Albergue rural	2 llaves
Aragoncillo				Camping	3ª
	Apartamento rural	1 llave		Pensión	2 estrellas
Campillo de Dueñas			Peñalén		
	Hostal	2 estrellas		Casa rural	1 espiga
Castilnuevo				Casa rural	1 espiga
	Apartamento rural	2 llaves		Casa rural	1 espiga
	Casa rural	2 espigas		Apartamento rural	1 llave
Corduente			Peralejos de las Truchas		
	Albergue rural			Apartamento rural	1 llave
	Apartamento rural	1 llave		Apartamento rural	1 llave
	Apartamento rural	2 llaves		Apartamento rural	1 llave
	Casa rural	1 espiga		Apartamento rural	1 llave
Checa				Apartamento rural	1 llave
	Hostal	2 estrellas		Apartamento rural	1 llave
Escalera				Apartamento rural	2 llaves
	Hostal	2 estrellas		Casa rural	1 espiga
Hinojosa				Hostal	2 estrellas
	Casa rural	1 espiga		Hotel	1 estrella
Huertapelayo				Pensión	1 estrella
	Apartamento rural	1 llave		Camping	3ª
Maranchón			Pobo de Dueñas		
	Casa rural	1 espiga		Pensión	1 estrella
	Casa rural	1 espiga		Casa rural	3 espigas
	Casa rural	1 espiga	Poveda de la Sierra		
	Casa rural	1 espiga		Casa rural	1 espiga
Mazarete				Casa rural	1 espiga
	Albergue rural			Apartamento rural	1 llave
Megina				Apartamento rural	2 llaves
	Apartamento rural	1 llave		Hospedería	1 estrella
Milmarcos				Albergue	
	Casa rural	3 espigas	Rillo de Gallo		
Mochales				Apartamento rural	1 llave
	Casa rural	1 espiga	Salinas de Armallá		
Molina de Aragón				Hostal	2 estrellas
	Casa rural	1 espiga	Selas		
	Casa rural	1 espiga		Casa rural	2 espigas
	Casa rural	1 espiga	Taravilla		
	Apartamento rural	1 llave		Apartamento rural	1 llave
	Apartamento rural	2 llaves	Tartanedo		
	Albergue rural			Casa rural	1 espiga
	Hotel	1 estrella	Ventosa		
	Hostal	1 estrella		Hostal/hospedería	1 estrella
	Hostal	2 estrellas	La Yunta		
	Pensión	1 estrella		Casa rural	2 espigas
	Pensión	1 estrella	Zaorejas		
Olmeda de Cobeta				Hotel	2 estrellas
	Apartamento rural	1 llave		Albergue	
	Apartamento rural	3 llaves			

(Elaboración propia. Datos obtenidos de Nueva Alcarria a través de la Consejería de Empleo y Economía de la JCCM).

Esta relación de pueblos se enmarca en el contexto de la Comarca del Señorío de Molina – Alto Tajo. Son los alojamientos que se convertirán en competencia de la casa del proyecto, y que pertenecen al radio de acción marcado como mercado objetivo. Si bien es cierto que hay pueblos que se alejan del foco principal del turismo comarcal, que es el Parque Natural del Alto Tajo y de la villa medieval de Molina de Aragón, pero que se incluyen para tenerlas en cuenta de cara al cómputo de casas de la zona y a una fijación futura del precio de la casa. Además, más adelante se explican las diferencias entre las distintas tipologías de establecimientos de cara a establecer una de ellas para la futura casa.

Hay establecimientos que en los pueblos más alejados a lo anteriormente comentado sólo ofrecen una casa en un entorno rural, alejado de todo foco de turismo, y que debido a la cantidad de servicios y excelente ubicación de la casa rural en Ventosa, no serán competencia más cercana. Se podría filtrar aún más la lista anterior y dejarla en los siguientes pueblos: Castilnuevo, Corduente, Escalera, Molina de Aragón y Rillo de Gallo. Y de esta última relación, hay pueblos que o están en el Parque Natural, o están cerca de Molina de Aragón, pero que estén literalmente a 5 minutos de ambos sitios, sólo Corduente (pueblo que dista dos kilómetros de Ventosa) y Ventosa hacen gala de la excelente ubicación que les permite incluso que sus clientes vayan en bici a ambos sitios. Esto hace que el comienzo de un negocio como el que se plantea sea optimista y con muchos visos de que salga delante de manera adecuada y rentable.

Por tanto, para terminar de realizar un estudio de este apartado, se van a analizar los alojamientos que son competencia directa del negocio objeto de este proyecto, con el fin de tener una mejor idea del mercado al que se enfrentará el alojamiento rural que se desea abrir. Se muestran las principales características de la casa de Corduente (máxima competencia), y de una casa rural de Molina de Aragón, que por el tipo de características y servicios ofertados, es la que puede rivalizar más

con la casa rural que se desea inaugurar. También se va a incluir una tercera, en Castilnuevo, ya que también es de características similares a la que se va a abrir en Ventosa, aunque se encuentra más alejada (unos 18 kilómetros) del Parque Natural e impide ir andando o en bicicleta hasta él, con lo que no es competencia directa.

*Apartamentos Rurales Miraltajo (Corduente).*

Estos apartamentos rurales suponen la competencia más directa a la que se va a enfrentar la casa rural en Ventosa. Se encuentran situados a tres kilómetros de Ventosa, y aunque ni la ubicación ni las vistas son ni mucho menos tan espléndidas como las que se dan en el alojamiento que se desea abrir en Ventosa, cuentan con una ubicación bastante buena de cara sobre todo a ir a la piscina de verano que se encuentra en ese mismo pueblo.

**Figura 23. Apartamentos rurales Miraltajo (Corduente). Foto extraída de su web.**



Como se comprueba en la fotografía, son dos apartamentos (que no una casa entera), que se pueden alquilar independientemente uno del otro, y con capacidad conjunta de hasta 20 personas. También se ofertan otros cuatro más que se encuentran muy cerquita, del mismo estilo. Por tanto, puede ser muy probable que distintos grupos de personas, amigos o familias se encuentren compartiendo el mismo edificio, y esto puede no gustar a la clientela que busca un espacio único y diferenciador, que les permita estar en comunión con el entorno y sin otra perturbación que la propia naturaleza que rodea la casa. La decoración de las casas es de estilo moderno, como el de una vivienda habitual en una gran ciudad, con lo que el atractivo rural está perdido en este aspecto. Y no se ofrece nada diferenciador más allá de una casa con las comodidades básicas de una vivienda actual.

La página web está poco elaborada (de hecho aparecen dos páginas distintas para el mismo alojamiento), con apenas información de interés, simplemente nombrando la lista de cosas que el entorno puede ofrecer, pero sin ni siquiera ofertarlas o explicarlas adecuadamente. Y para terminar, los precios están divididos en un gran cuadro por días y por ocupantes, ya que según las personas a alojarse, les dan un apartamento u otro según la capacidad de cada uno. Estos precios están más o menos acordes con los del negocio que se pretende iniciar en Ventosa, aunque de media son un 15% más caros que los ofrecidos por el proyecto objeto de estudio. Más adelante, en el apartado “precio”, se establece una pequeña comparativa de precios entre los ofrecidos por la casa rural de Ventosa, y algunas otras de competencia más o menos directa.

Por tanto, se puede determinar que estos alojamientos son rivales de la casa rural de Ventosa, pero por precio, emplazamiento, servicios y por la propia casa en sí, están lo suficientemente diferenciados para poder convivir en el mercado (sabiendo además que no hay más casas o alojamientos en las proximidades cercanas), ofreciendo un plus de calidad y diferenciación la casa rural ventosana.

*Casa rural La Cava (Molina de Aragón).*

Se trata de un chalet de nueva construcción en una zona residencial de Molina de Aragón, rodeado de casas particulares habitadas durante todo el año. La ubicación de la casa hace que no tenga nada de especial alojarse en ella, pues las vistas son a otras casas colindantes, y está situada en una calle de paso con coches y personas circulando habitualmente por ella. El alquiler se realiza por habitaciones, aunque también se podría alquilar la casa en su totalidad si fuera necesario, en caso de ser un grupo grande de personas.

**Figura 24. Casa rural La Cava (Molina de Aragón). Foto extraída de su web.**





La decoración en este caso es algo más clásica, pero en ningún caso se observan enseres, muebles o cualquier objeto decorativo que sea “rural”, antiguo, o simplemente característico de la zona en la que se encuentra la casa. Es una casa simplemente confortable y grande para alojar a personas que tengan especial interés en alojarse en el propio Molina de Aragón, pero que no aporta nada al cliente típico de estas casas, que busca turismo rural. Es decir, encontrarse en pleno campo o montaña, rodeado de naturaleza, sin ruidos extraños, con poca o nula compañía rodeando la casa, y con multitud de actividades por desarrollar según se abre la puerta de la casa, más allá de dar un paseo por el pueblo.

La página web está algo mejor presentada que en la casa de Corduente anterior, incluyendo fotos y las tarifas, que son muy similares a las de la casa anteriormente vista. Pero no da ningún tipo de información sobre qué hacer, más allá de un par de enlaces a la página web del Ayuntamiento de Molina de Aragón y poco más. Además, no oferta ningún tipo de servicio ni de actividades a realizar; sólo enumera las posibles actividades que un cliente podría realizar en caso de buscarlas por su cuenta.

Es por esto que esta casa, aun siendo competencia también de la casa rural objeto de este proyecto en Ventosa, no supone una rivalidad directa importante, pues parece que está muy condicionada a clientes que lo que deseen es alojarse por el motivo que sea en el propio Molina de Aragón, pues más allá de esto, no ofrece ningún tipo de ventaja ni diferenciación que la permitan destacar como alojamiento singular rural o casa rural, que es al cliente al que está verdaderamente enfocado la casa rural de Ventosa. Ninguna de los dos alojamientos anteriores ofrecen una casa entera en un ambiente natural que permita a sus clientes hundirse en un entorno completamente rural.

### *Apartamentos Rurales La Ínsula (Castilnuevo).*

Estos apartamentos situados a cinco kilómetros de Molina de Aragón y a quince de Ventosa, no son una casa rural que se pueda alquilar entera, como es la casa que se va a desarrollar en Ventosa, se alquila por apartamentos pequeños con capacidad de hasta seis personas por apartamento. Por tanto, no es un negocio rival directo como tal de la casa rural de Ventosa, pero se encuentra en una zona muy aislada y en plena naturaleza, que aunque lejos del Alto Tajo, de cara al potencial cliente, puede ser rival por el entorno que la rodea.

**Figura 25. Apartamentos Rurales La Ínsula (Castilnuevo). Foto extraída de su web.**



La página web es la más anticuada de las tres casas rivales, con una apariencia muy pobre y obsoleta. Se incluyen algunas fotos de los alrededores, y de la casa la que se muestra anteriormente, pero ninguna de las estancias interiores. No da información de precios, y tampoco oferta ningún tipo de servicios o actividades de interés. Si bien es cierto que en buscadores especializados en alojamientos rurales, sí se incluyen en los anuncios más fotos del alojamiento, se sigue sin incluir más información adicional del entorno, de actividades a realizar o de precios.

#### 4.2.5. Análisis DAFO.

El análisis DAFO es una herramienta para conocer la situación real en la que se encuentra una empresa o futuro negocio, analizando sus características internas y su situación externa, y para planificar su futuro.

##### Debilidades.

- Negocio nuevo, no se saben los problemas que pueden surgir.
- Clientela nueva por hacer. Darse a conocer es difícil y requiere de mucho trabajo.
- Situación a 200 kilómetros de Madrid y Valencia, principales zonas de donde vienen los clientes. Puede parecer algo lejano.
- Inviernos muy duros y fríos.
- La casa tiene otra casa en una de las orientaciones, siempre queda más bonito una casa sola en un terreno.
- No tiene terreno propio alrededor de la casa, aunque según sales a la puerta cuentas con dos eras muy grandes que se pueden disfrutar.
- Estacionalidad de la clientela.
- Recortes en inversión y en subvenciones en la comarca pueden afectar a los servicios prestados en ella.

### Amenazas.

- Competencia en la zona.
- Falta de crédito para llevar el proyecto a cabo.
- Construcción del futuro Parador Nacional de Molina de Aragón.
- Abaratamiento de otro tipo de turismo, de los hoteles, apartamentos y escapadas de ocio y relax.

### Fortalezas.

- Excelente ubicación: puerta de entrada al Parque Natural del Alto Tajo, Molina de Aragón, Barranco de la Hoz, Piscina de Corduente, todo ello accesible en bicicleta.
- Muchas rutas en bici, monumentos históricos, naturaleza virgen, lugares de extrema belleza, gastronomía, cultura, deportes de naturaleza, caza, pesca, senderismo, etc.
- Lugar súper tranquilo, no hay vecinos que molesten a lo largo del año. La casa no está en ningún lugar de paso, se puede salir en alpargatas a la calle y no encontrarse a nadie.
- Climatología suave y muy agradable el resto del año a excepción del invierno.
- Posibilidad de encargar desayunos, comidas y cenas como si de un hotel se tratase.
- Camino del Cid.
- Cochera para aparcar hasta cuatro coches en caso de desavenencias climáticas.

### Oportunidades.

- Nueva pertenencia de la comarca a la Red Europea de Geoparques de la Unesco.
- Futuro Parador Nacional de Turismo atraerá más visitantes al Señorío de Molina.
- Crecientes movilizaciones de la sociedad molinesa para atraer inversores y llamar la atención (La Otra Guadalajara).
- Numerosas exposiciones y congresos en Molina de Aragón a lo largo del año traen a mucha gente de fuera que necesita alojamientos.
- Nuevos puntos de trabajo como la Central de Biomasa de Corduente (que se desea reabrir de nuevo), o el Parque Eólico de Maranchón, pueden requerir de gente que necesite alojamiento, de menor o mayor duración: hay casas rurales que se alquilan por años enteros.



## **5. PLAN DE MARKETING.**

Este es el uno de los puntos más importantes de todo el proyecto, por varios motivos. En un proyecto relativamente sencillo como éste, en el que la financiación no supone demasiados problemas y que se tiene bastante claro las pautas a seguir para la realización del plan de negocio, lo fundamental es generar el suficiente dinero como para ser rentable, y eso se consigue a través de un plan de marketing sencillo y eficaz, que logre que el negocio tenga el peso suficiente y esté bien estructurado como para que los clientes acudan, se encuentren satisfechos, y la demanda de nuestros servicios y productos sea la mínima necesaria como para subsistir en este entorno temporal y económico de crisis y austeridad que nos rodea, y llegar a ser un negocio consagrado y duradero en el tiempo.

### **5.1. PRODUCTO. DIFERENCIACIÓN.**

Este apartado va a tratar uno de los puntos fundamentales de todo el proyecto: el producto, que es aquello que se le ofrece a los clientes para satisfacer sus deseos o demandas. En este caso demandas de ocio, descanso o turismo, entre otras.

El negocio de una casa rural es un negocio difícil de llevar (como cualquier otro de este tipo) en el sentido de que siempre se tiene que salir a buscar clientes para llenar el negocio. Y eso no es fácil. Más aún cuando gran parte de los clientes de estos servicios no suelen repetir casa ni zona, puesto que lo que buscan es ir conociendo nuevos lugares cada vez que realizan un viaje de este tipo. Pero también es cierto que en el caso de familias o grupos de amigos o trabajadores, si un alojamiento de este tipo les da los servicios y confort necesarios para sus reuniones semestrales, anuales, o de la frecuencia que sea, pueden convertirse en clientes habituales. Además, aunque la mayoría no repitan, el boca a boca, y las opiniones en internet se tornan en

fundamentales para otros clientes que busquen lo mismo, por lo que es muy importante cuidar todos estos aspectos.

Por experiencia propia, las casas rurales generalmente ofrecen sus camas, su salón, la casa en sí. Y nada más. No te ofrecen ningún otro tipo de servicio, más allá de unas cuantas fotos de la casa. Y generalmente su situación dista de ser buena, pues están en el centro de un pueblo, en una calle o de cara a una carretera más o menos transitada, y cuyas vistas se limitan a ver las casas de alrededor, y en pueblos que no tienen nada de especial.

Pero este no va a ser el caso, aquí se va a vender el fin de semana completo, con todo lo que ello implica. Como se va a pasar a enumerar más adelante, la casa dispondrá de packs de servicios entorno a ella para vender una experiencia, un fin de semana o una semana completas, en las que el cliente no se va a preocupar de nada y se va a encontrar con todo el trabajo hecho, no se va a molestar ni siquiera en planear rutas turísticas o actividades de montaña o deportivas. Se van a enumerar todas las actividades y servicios turísticos, deportivos y de ocio que la casa va a ofrecer a sus clientes, añadiéndose esto a descripción de los lugares de interés visitables desde el punto de vista del turismo rural que se hicieron anteriormente, ya que es lo más demandado por los clientes de una casa rural.



### 5.1.1. Lugares interesantes a visitar en el Alto Tajo.

Hay multitud de parajes, escenarios, rincones y demás puntos muy interesantes que el viajero deberá descubrir por sí mismo, y que desde la casa rural objeto del proyecto se le va a ayudar a encontrar. El pleno conocimiento de toda la comarca, del Parque y de la abundante bibliografía disponible de cara a configurar los packs de servicios que se le va a ofrecer al cliente, permite que en ningún momento el turista que acuda a la casa se encuentre sin nada que hacer.

Haciendo una reseña rápida de todos los lugares más emblemáticos del Alto Tajo, podíamos destacar los siguientes puntos a visitar. Los pliegues tectónicos de Cuevas Labradas. El Puente de San Pedro, confluencia de los ríos Tajo y Gallo, en un entorno privilegiado que en verano se disfruta perfectamente en familia ya que cuenta con zona de baño, cascadita y merenderos naturales. El Castillo de Alpetea, castillo de rocas y trincheras de la Guerra Civil, vigilan el puente. Justo al otro lado del valle se encuentra el mejor mirador sobre el Tajo, el de Zaorejas, accesible hasta la cumbre en coche. Un poquito antes, un camino discurre varios kilómetros en paralelo al Río Tajo, pasando por las Fuentes de la Falaguera, lugares perfectos para el recreo de la familia, con merenderos y zonas de baño naturales, y admirar la cascada natural El Campillo, espectacular en la época del deshielo. El monasterio cisterciense de Buenafuente del Sistol (siglo XIII). La Sima de Alcorón, increíble gruta abierta de 50 metros de profundidad que te sumerge en las profundidades de la tierra, con un manantial al fondo. Las minas de caolín de Peñalén. La Laguna de Taravilla y el Salto de Poveda (o La Chorrera del Tajo como más comúnmente se le conoce), antigua estación eléctrica en el cauce del río. Peralejos de las Truchas y su entorno especial para la práctica del deporte multiaventura, además de la fiesta de los gancheros a finales de agosto y principios de septiembre que soberbiamente recogió José Luis Sampedro en la novela “El río que nos lleva”. Chequilla y su plaza de toros natural única en el mundo que aprovechas las rocas para cerrar el ruedo. Checa y su río que la divide serpenteante entre sus calles. Orea y su espectacular río de piedras. Las Salinas de Armallá y sus

salinas. Y un pelín más lejos en dirección completamente opuesta, la Cueva de los Casares, recientemente reabierto al público, una cueva que contiene grabados y pinturas prehistóricas y restos arqueológicos, paleontológicos y paleoantropológicos de fechas comprendidas entre el 30.000 a.C. y el 25.000 a.C., siendo los más antiguos encontrados en el interior de la Península.

Y un poco más allá, aún dentro del Parque Natural, pero en Cuenca ya, y sólo para gente que se aloje más tiempo en la casa, Beteta, el Nacimiento del Río Cuervo, Cueva del Hierro y su mina romana, y el Balneario de Solán de Cabras, completan un recorrido apasionante por todo el Alto Tajo.

#### 5.1.2. Rutas turísticas por el Señorío de Molina – Alto Tajo.

Muchas personas que requieren de los servicios de una casa rural son aficionadas a pasear, montar en bicicleta o incluso a caballo, y en estos casos se les debe dar cabida a sus deseos. El Parque Natural del Alto Tajo pone a disposición del viajante 10 rutas con paneles informativos a sus inicios, paneles explicativos en los puntos de interés a lo largo del recorrido resaltando la geomorfología de la zona, la flora o la fauna, y que se pueden realizar a pie, en bicicleta o en coche.

Son las siguientes:

- Ruta del Valle de los Milagros, cerca de Riba de Saelices.
- Ruta Los Miradores del Tajo, apta para los especialistas en MTB y en la que más miradores podremos encontrarnos para obtener una gran perspectiva de todo el Parque.

- Ruta La Muela, por la Laguna de Taravilla, llena de espectaculares panorámicas.
- Ruta de la Sierra, por los alrededores de Checa.
- Ruta Arroyo del Enebral, por Orea y el Río de Piedras, un fijo para todos aquellos amantes de las setas y su recogida.
- Ruta Veguillas del Tajo, zona de paso de cabras montesas por la frontera con Cuenca, y en la que se observa el valle donde nace el Tajo.
- Ruta Salto de Poveda, con su espectacular presa y zonas de baño para disfrutar en familia.
- Ruta Barranco del Horcajo, cerca de Peralejos de las Truchas y especialmente indicada para observar ciervos, gamos y corzos que habitan en esta parte del Parque,
- Ruta Laguna de la Salobreja, por la ciudad encantada de Orea.

De forma intencionada se ha dejado la décima y mejor ruta de todas para más adelante, ya que se explicará más en profundidad en otro epígrafe del proyecto, debido a su especial relevancia.

Figura 26. Cartel indicador del Camino del Cid, con Peñagrande al fondo



Por el Señorío de Molina discurre el Camino del Cid, trozo correspondiente al llamado “Las Tres Taifas” que pasa por la provincia de Guadalajara. Siendo un buen referente turístico y motor económico de una de las zonas más deprimidas y despobladas a nivel nacional y europeo, se ha tornado muy importante en estos últimos años; prueba de ello es cómo la Junta de Comunidades de Castilla – La Mancha ha invertido en dar a conocer el Camino del Cid, cuando “sólo” pasa por la provincia de Guadalajara, la más olvidada en esta autonomía. El Consejo Rector del Consorcio Camino del Cid celebró en Abril de 2012 una reunión a la que acudieron los presidentes de las Diputaciones Provinciales por las que pasa el Camino, en la que se destacó el gran crecimiento y situación favorable del Camino del Cid. En ella se comenta que se está dando un gran impulso a través de numerosas actividades, que hacen que el Camino cada vez tenga más visitantes, y cuyo futuro sea muy

prometedor, debido a las numerosas actividades de temática cidiana y medieval que se vienen realizando en la ruta a lo largo de todo el año.

A todo ello se añade el esfuerzo realizado en señalización, en trazados alternativos para ciclistas, en la edición de nuevas topoguías y mapas, en nuevos puntos de sellado para el salvoconducto (ésto fundamental en nuestro negocio, pues se va a llegar a un acuerdo con el consorcio del Camino del Cid para que en la casa se selle el salvoconducto), en la difusión a través de la página web oficial y diversas redes sociales. Así mismo, se ha realizado un estudio de los 76 parques naturales que atraviesa la ruta, y también se ha hecho una promoción a nivel turístico por toda la zona, con exposiciones itinerantes, y con concursos de fotografía o literatura. Se puede decir que se augura un crecimiento de turistas y expectativas de futuro buenas, además del salto internacional que se pretende realizar con la exportación del Camino fuera de las fronteras. La página web ha sido perfectamente traducida al inglés, además de diverso material promocional. Universidades como la de Cambridge y diversos escritores internacionales ya han recorrido el Camino. Todo esto esperamos que atraiga también a algún cliente a la casa.

Por último, y para terminar este apartado, decir que se realizaría una ruta de los castillos anteriormente citados, para los que quieran conocerlos en persona. Y por supuesto rutas mixtas para visitar aquello que el cliente desee a la carta: se tendrán preparadas rutas fotográficas, de lugares de pesca, de recolección de trufas, setas y níscales, o de aragonitos. Todo ello para que el cliente encuentre un plan a su gusto. Y perfectamente explicado en panfletos oficiales de turismo o elaborados por la propia casa, que se le darían a su llegada para que no se pierdan en sus excursiones, con todo tipo de detalles y consejos necesarios para que no les falte de nada. Como detalle, también estarán disponibles en formato electrónico para que los introduzcan en sus tablets o smartphones, en el caso de que les sea así más cómodo.

### 5.1.3. Deportes y aventura.

La casa rural se encuentra en una localización idónea para la práctica deportiva de los clientes que así lo requieran en su estancia en la casa.

Las rutas anteriormente mencionadas constituyen una de las mejores maneras de hacer senderismo o bicicleta de montaña por el Parque Natural del Alto Tajo. Pero también sin salir del pueblo se puede pasear por la vega del pueblo, hacer senderismo por Peña Grande, que es el cerro que vigila Ventosa, bajar andando a la Virgen de la Hoz, dar un paseo hasta Terraza o hacer mountain bike por los caminos de alrededor.

En el pueblo hay un frontón, y unas eras para jugar al fútbol a la vieja usanza: en campo de hierba natural, y con cuatro piedras como porterías. Si se necesita un campo de fútbol sala de verdad, o canastas, a dos kilómetros en la piscina de Corduente se halla una pista polideportiva. Dicha piscina es única en su especie, pues a pesar de ser artificial, está enclavada en la loma de una montaña, rodeada de pinos, y con un chiringuito de madera en el que dan comidas, cenas, y organizan fiestas en los dos meses de verano que abren. Un pequeño paraíso a 5 minutos en coche. Si ya se deseara práctica deportiva más seria, en Molina de Aragón (8 kilómetros, 10 minutos en coche), se encuentra un polideportivo con pabellón cubierto, pistas de atletismo, pistas polideportivas, campo de fútbol, etc. Y en Tierzo, pueblo situado a 10 kilómetros hay una pista de pádel.

Con respecto a deportes más aventureros, podemos destacar la escalada, que se puede practicar a 1 kilómetro de la casa en El Huso, una monolito natural de unos 50 metros de altura, con vías abiertas para los arneses y que es bastante frecuentada por los amantes de la escalada. Además, hay muchos más lugares en los que practicarla a lo largo de todo el Parque.

Como se va a explicar más adelante, se va a llegar a ciertos acuerdos con empresas de la zona, ya sea para ofertar servicios gastronómicos, o en este caso, de multiaventura. Las actividades que se pueden realizar en la zona son muy variadas. Por ejemplo, piragüismo en kayak para distintos niveles en los rápidos del Río Tajo, o actividades en aguas más tranquilas y apropiadas para toda la familia. Barranquismo con cuerdas y neoprenos que te sumergen en grutas y cuevas con ayuda de un guía. Quads y rutas de 4X4 para aquellos a los que le gusta la adrenalina sobre ruedas. Paseos a caballo para fusionarte con la naturaleza y observar el paisaje desde otro punto de vista. Paintball en un escenario 100% natural. Espeleología en las numerosas grutas y simas que agujerean el Parque. Geocaching para los que gustan de los mapas y la orientación. Multiaventura como tiro con arco, rappel, cerbatana, tirolinas, etc. Y por último la última novedad proveniente de Nueva Zelanda, el zorbing:

**Figura 27. Zorbing**





El cliente cuando llegue a la casa, o previamente si así lo desea y se le dejaría reservado en este caso, podrá obtener toda la información que desee acerca de todos estos planes de ocio para que su estancia en la casa sea lo más divertida y amena posible.

#### 5.1.4. Acuerdos: restauración y ocio.

Al ser una empresa de nueva factura, no se puede abarcar todos los servicios disponibles por uno mismo y desde el primer momento. Además, establecer unos vínculos de relación con empresas cercanas puede suponer una relación de ganar – ganar para ambas partes. Además, la publicidad y la visibilidad que pueden dar al negocio se tornan fundamentales sobre todo en los primeros compases de existencia. Con todos ellos se llegará al acuerdo de tener un descuento en los servicios por ser cliente frecuente, y además ellos contarán con publicidad (trípticos o similar) de la casa en sus locales.

Uno de los servicios que va a dar la casa es el de desayunos, comidas y cenas. Para ello, se va a contar con prestigiosas empresas muy asentadas de Molina de Aragón. Por ejemplo, para los desayunos se va a contar con el bar El Paso, bar muy transitado en Molina, especialista en el bacalao, las carrileras, la tortilla de patatas y el chorizo y lomo de olla. Cuando los clientes deseen un desayuno normal, se les llevará preparado de la casa del empleado en Ventosa. Pero si quieren un desayuno típico de la comarca, se acudirá a este socio para que degusten un desayuno fuerte como antaño.



Para el tema de las comidas y las cenas que el cliente desee disfrutar en la casa, se recurrirá a dos proveedores distintos, según sus necesidades. Por un lado Comidas El Pairón proveerá de un catering de calidad, de comida tradicional de la comarca, y con todo tipo de platos caseros que harán las delicias de los comensales. Morteruelo, migas, cocido castellano, caldereta, cabrito, trucha... todo aquello típico de la gastronomía molinesa, aunque sin olvidar todo tipo de platos como paella, ensaladas, carnes y pescados, etc. Por otro el bar Caribe surtirá de una carta de comidas más lúdica, enfocada al público joven que pueda venir a la casa y que no desee cocinar. Pizzas, hamburguesas, pasta, bocadillos, barbacoa, raciones de todo tipo... aquello que hace las delicias de los jóvenes y no tan jóvenes.

Los turistas que vengan a la casa, pero quieran degustar la comida típica de la comarca, o simplemente quieran salir de casa a comer y visitar Molina de Aragón, se les recomendará tres sitios. El restaurante Manlia, un lugar de nueva apertura de estilo moderno e ideal para comer o cenar de una manera fresca y agradable, con terraza. La Marisquería Rafa, local emblemático de Molina en el que los productos frescos del mar y las mejores raciones allí se pueden encontrar. En caso de querer comer el mejor asado del Señorío, el Asador de Rillo ofrece para degustar allí, o para comer en casa llevándote la bandeja de barro y una jarra con grasa para echárselo cuando se coma, cabrito o cochinillo de la tierra. Y por último el Restaurante El Castillo, que es el restaurante de referencia de Molina, con una amplia carta para elegir platos, con un menú degustación (sopa espumosa, terrina de foie, marinado de pescado, lechal braseado y postre casero) y con unos salones ideales para convenciones, que calmará el apetito de los clientes más selectos. Con todos ellos se tendrá un contacto directo para poder hacer reservas exclusivas e inmediatas a los clientes de la casa.

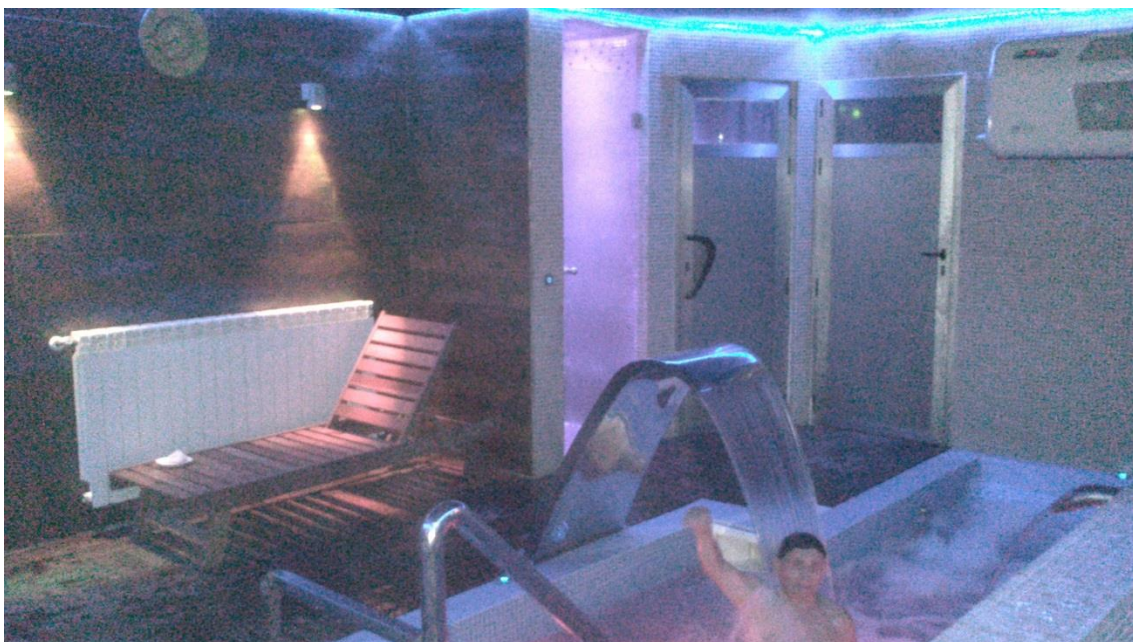
Para completar la oferta de ocio en Molina, se llegará a otro acuerdo con el Pub Gallos, en el que las consumiciones se encontrarán a precio de oferta para aquellos que quieran disfrutar la noche molinesa, y tomar una copa en su terraza o deleitarse de sus magníficos cócteles mientras juegan una partida de billar en su interior.

En caso de que los clientes de la casa desearan hacer cualquier tipo de excursión, o no coger el coche por lo que fuera, se les facilitaría también un servicio de taxi o minibús proporcionado por Autobuses Mellado, que sería la misma empresa que les traería a casa en caso de que los clientes vengan en transporte público desde Zaragoza, Valencia o Madrid a Molina de Aragón, siendo este servicio ofertado por las compañías Agredasa y Samar respectivamente, con autobuses diarios en ambos sentidos.

De acuerdo con lo explicado antes, se ofertaran actividades de ocio, deporte, multiaventura y turismo activo a desarrollar en el Parque Natural del Alto Tajo. Para ello se contará con las dos mejores empresas de la zona. Asdon Aventura situada en Poveda de la Sierra oferta programas a medidas para grupos y programas de para empresas orientados a reuniones, incentivos, motivación y coaching. Las actividades que ofrece son, entre otras, puenting, piragüismo, barranquismo, paintball, geocaching... La otra empresa es Ecoaventura, que proporciona servicios como atracciones hinchables, ludotecas, o juegos para grandes y pequeños. Ellos son los encargados de organizar las atracciones en las fiestas de verano en Ventosa y siempre han dado muy buen resultado. Para completar todo esto, un elemento extra de diferenciación respecto a cualquier competencia consistirá en poner a disposición del cliente una cámara del estilo GoPro impermeable para que en sus excursiones pueda grabar su paseo en bici, su descenso por el Tajo o cualquier actividad que realiza, llevándose un recuerdo imborrable de su estancia en la casa.

También se va a establecer otra relación de mutua conveniencia con un complejo turístico rural en la zona. Se trata de El Majadal del Alto Tajo, un par de apartamentos rurales de reciente construcción que cuentan con un spa en su interior, y que está abierto a todo el mundo, estés alojado o no en los apartamentos. El tipo de casa y la localización no tienen nada que ver con la casa objeto del proyecto, y pueden ser perfectamente complementarias. En estos apartamentos, además de spa, hay masajes de relajación y reflexología podal, además de otros tratamientos estéticos. Se recomendará a los clientes que visiten y disfruten del spa, con un descuento asociado a la visita. En este caso, ellos pueden ganar futuros clientes que vayan allí, al igual que ellos recomendarán nuestra casa a sus clientes. Fue hablando con los propietarios de la casa quienes dieron esta idea, pues muchos clientes no repiten casa por probar otras, y dijeron que les preguntaban por otras casas de la zona y no sabían muy bien que responder. Y como se encuentran en zonas muy distintas del Parque, podría ser una relación bastante buena de conveniencia por ambas partes, además de contar con el asesoramiento y su experiencia que ofrecieron para lo que se necesitara.

**Figura 28. Spa en Poveda de la Sierra**



#### 5.1.5. El pueblo: Ventosa.

La Casa Rural “Los Cocutos” (nombre obtenido de un paraje situado a las orillas del Río Gallo a su paso por Ventosa), se encuentra situada en Ventosa, un pueblo de la provincia de Guadalajara, en su parte oriental, dentro del Señorío de Molina y del Parque Natural del Alto Tajo. Es una pequeña aldea situada a 8 kilómetros de Molina de Aragón, y que es puerta de entrada al Parque Natural a través del Barranco de la Hoz. A 2 kilómetros, y dentro del mismo municipio de Ventosa, se encuentra el Santuario de Nuestra Señora de la Hoz, principal foco turístico de Ventosa. Cuenta con dos fiestas al año de especial relevancia, el 17 de mayo son las fiestas en honor a San Pascual Bailón, patrón de Ventosa, y el segundo fin de semana de agosto son las fiestas realizadas por la Asociación Cultural Peña Grande, y que cuentan con teatro, baile popular, comida, hinchables y juegos populares para los niños, etc. Además, en mayo se dan las Loas, danzas a la Virgen de la Hoz, El Butrón y las romerías, celebraciones con bailes típicos y ancestrales de la zona que el visitante sabrá apreciar. Además, el 16 de julio son las fiestas en honor a la Virgen del Carmen en Molina de Aragón, y en septiembre al Cristo de la Victoria, con lo que el visitante que venga en esas fechas encontrará aumentada su oferta de ocio, amén de otros fines de semana en los que se realiza la feria medieval, por ejemplo.

**Figura 29. Santuario Nuestra Señora Virgen de la Hoz, Ventosa.**



“Cuenta la leyenda que un pastor del pueblo de Ventosa perdió una oveja, en su búsqueda llegó al Valle de la Hoz que estaba cubierto de espinos y zarzales, siguiendo el rastro que ésta había dejado, llegó a un lugar, donde había tres gigantescas peñas, entre las que estaba la imagen de la Virgen rodeada de un haz de luz (se cree que la aparición fue entre 1129 y 1150 ya que en el año 1168 hay noticias de la existencia de este Santuario Mariano). Después de la aparición, se disputa cual será la sede de la imagen, que al final fue destinada a Molina por ser la capital del Señorío. Se celebró con gran pompa el traslado, pero al día siguiente no la hallaron en el templo. Alguien dio aviso de que la virgen estaba en el mismo sitio de su aparición, por lo que la volvieron a trasladar dejando una vigilancia, volviendo a desaparecer y encontrándola en el primitivo lugar del barranco de la Hoz, en la cueva debajo de las tres peñas, donde se construyó una ermita que poco a poco se fue agrandando hasta convertirse en el actual Santuario.”.

Desde el barranco podemos acceder a la décima ruta del Parque Natural del Alto Tajo, que es la más espectacular de todas, y la que tiene especial importancia para los clientes de la casa, pues se toma casi en la puerta.

- Ruta Barranco de la Virgen de la Hoz. Ruta circular que nos permite disfrutar de los cañones de los ríos Gallo, Tajo y Arandilla, con miradores en su recorrido en lugares de especial interés paisajístico, y aves rapaces acompañándonos. Puede recorrerse en coche y en bicicleta, salvo el ramal que conduce a la Virgen de Montesinos. 37 kilómetros con fuentes en todo el recorrido.

Por otra parte, se ha pensado en un fin de semana estándar y que sea representativo de lo mínimo a ver en dos días de estancia. Llegando un viernes, por la tarde en los meses que haya más luz, se subirá a Peña Grande, una excursión de una media hora, obteniendo unas maravillosas vistas del pueblo y de todo el valle. Comentar también que Ventosa se encuentra situado en la zona de Europa con el cielo más limpio, lo cual es aprovechado por muchos astrónomos para observar el cielo, con especial interés en agosto, para observar las Lágrimas de San Lorenzo (o lluvia de las Perseidas). Los días que se produce este fantástico fenómeno, para los clientes de la casa se contará con un experto en la materia del pueblo, que propondrá una excursión nocturna a las afueras del pueblo para observar y explicar con detalle este fenómeno y el resto de estrellas del cielo.



**Figura 30. Vista panorámica de Ventosa desde Peñagrande**



El sábado se dedicaría por la mañana a visitar el Centro de Interpretación Dehesa de Corduente y el Barranco de la Hoz, y por la tarde a visitar Molina de Aragón. El domingo sería de descanso, o para subir a Peña Grande, si el viernes no hubiera sido posible. Aunque todo esto como siempre a gusto del cliente, que si lo que desea es descanso y relax total, podrá establecerse el plan que quiera, y se le atenderá gustosamente si desea combinar el máximo descanso posible con alguna pequeña visita. Todo esto puede ser guiado y acompañado, o simplemente se le informaría al cliente de lo que hacer, según sus necesidades. En la parte dedicada a RRHH se explica que todo esto será el dueño del negocio quien lo realice, aunque puntualmente se contará con la ayuda de expertos en la materia que son amigos perfectamente formados en ello. Alberto (Técnico Forestal) y Laura (Ingeniera Ambiental) podrán acompañar a los visitantes en sus excursiones por toda la comarca, explicando tanto la

historia de los lugares que visten, como de las características geológicas y biológicas del terreno. Incluso con visita a unas colmenas de abejas que producen la mejor miel del mundo.

Ya en el pueblo también se pueden hacer otro tipo de cosas, como por ejemplo ir a la biblioteca, en caso de que llueva o de que el cliente quiera. Es una pequeña biblioteca que cuenta con alrededor de mil ejemplares, con mesas y sillas de estudio, y con wifi gratuito, además de una exposición permanente de manualidades realizadas por gente de Ventosa, y de una serie de libros explicativos de la historia del pueblo que el cliente puede adquirir. Se realizarán talleres de manualidades, juegos y arts & crafts que correrían a cargo de otras tres colaboradoras como son Lara, Marta y Jessica, expertas en estos temas: creación de pulseras, fofuchas, bisutería, y todo tipo de creaciones que encantarán a los más pequeños y no tan pequeños.

También hay un bar que la dueña abre en función de la gente que haya, y si se pide que se abra por la noche para atender a la gente joven que quieran tomar algo sin moverse del pueblo, gustosamente lo abrirá sin problema ninguno. Y si se desea más ocio nocturno, en Molina de Aragón son numerosos los pubs que trabajan hasta la madrugada. En ese caso, se contará con Nelson y Rubén como conductores para llevar y traer a los clientes hasta allí en caso de que lo necesiten (como se comentó antes, en Molina de Aragón hay servicio de minibuses y taxis también), además de recomendar sitios a los que ir y realizar con ellos una ruta de la tapa perfectamente preparada. También ellos dos junto con Raúl, experto en materia automovilística y mecánica (con posibilidad también de organizar cursos sobre ello), podrán indicar rutas de carreteras interesantes a los moteros o conductores más atrevidos que se alojen en la casa. En caso de que algún colaborador no se encuentre disponible, o el cliente lo demande sobre la marcha en su estancia, el propietario de la casa realizará estas mismas actividades en la medida de lo posible. Como siempre, todo a petición del cliente.



En el salón-matadero que hay a 10 metros de la casa se encuentra un matadero con todos los útiles que se necesitaban para realizar la matanza y que hasta hace muy pocos años se realizaba ahí, y un salón con capacidad para 100 personas ideal para reuniones, comidas, o barbacoas. También se cuenta con un altavoz de gran potencia que permite realizar fiestas o cualquier tipo de celebración deseada.

#### 5.1.6. Servicios ofrecidos por la casa rural “Los Cocutos”. Una casa diferente.

El objetivo de la casa es vender a los futuros clientes entretenimiento, naturaleza, deporte, y sobre todo, lo que buscan la mayoría de las personas que van a una casa rural: descanso. También habrá personas que busquen hacérselo todo ellos mismos, como otras que prefieran que se lo den todo hecho, ya sean las comidas, reservas en restaurantes, en actividades de ocio, en visitas guiadas...

Es por ello que el negocio gira en torno a la casa: packs de servicios. No se puede vender sólo una cama, hay que vender todo el fin de semana. Anteriormente se ha explicado todo lo que la casa va a ofrecer, relativo a actividades fuera de ella. Pero también hay una serie de servicios que va a ofrecer la casa a disposición del cliente, y que podrá contratar de antemano para que su estancia sea del máximo agrado posible.

Se va a contratar a un trabajador con casa propia en Ventosa, que realizará diversas funciones, como por ejemplo preparar los desayunos, ir a por las comidas, llevar las bicicletas en furgoneta al principio de cada ruta o recogerlas, ayudar al mantenimiento y limpieza de la casa, y dar todas las explicaciones turísticas a los viajeros que le requieran. Así mismo, podría realizar las funciones de mayordomo si así lo requirieran los clientes.

También habrá servicio de peluquería y estética. Puede ser muy válido y exitoso este servicio ya que a menudo hay convenciones, convites y bodas, bautizos o comuniones por la zona de gente que viene de lejos, y pasa una noche antes del evento en cuestión. Y a la mañana siguiente deben estar perfectos. Para ello, se contará con dos profesionales cuando así lo contrate el cliente.

Los packs de servicios pueden pasar también por contratar la casa y una ruta guiada por los castillos de la comarca, o por la búsqueda de setas en otoño, donde se les llevará a los mejores sitios a tal efecto. O la búsqueda de trufas o aragonitos. O un fin de semana de casa y senderismo o barranquismo. O de degustación de una buena barbacoa con una cerveza casera proveniente de la empresa de un compañero recién iniciada en Sigüenza. Todo ello se contrataría de antemano, previa reserva. Aunque a su llegada a la casa, tendrán todos los servicios necesarios que se puedan ofrecer al momento.

Por último, se va a realizar una descripción de la casa, que es el núcleo de todo el proyecto. Es una casa de piedra que tiene unos 100 años, quizás. Los muros de piedra son de unos 80 centímetros de espesor en su parte más gruesa, y aunque está pintada por fuera, la piedra se puede sacar para tener la fachada como originalmente se encontraba, fundamental además para dotarla de más ambiente rural. Es una casa con tejado a dos aguas (Norte y Sur), con la fachada principal y la entrada de la casa al Sur, además cuenta con orientación Este que da a las eras y a la vega, aunque desde la planta de arriba, en un balconcito que se va a realizar, hay unas estupendas vistas al Oeste, en donde se encuentra Peña Grande y la entrada al Barranco.

Es de planta rectangular, de 11,35 metros por 9,84 metros, (unos 100 metros cuadrados por planta) y consta de dos pisos. En la planta de abajo se encuentra la vivienda, 5 habitaciones, un baño completo y un aseo, y un salón – comedor – cocina

con barra americana. Después de la reforma, serán 4 habitaciones, con dos baños completos, y un salón algo más grande. En la planta de arriba actualmente sólo hay trastos viejos, mobiliario antiguo y aperos de labranza. Lo mejor de esta planta es que es absolutamente diáfana, con una altura de planta de 4 metros en su punto más alto, y que se va a convertir en la zona de relax y de estar de la casa, en su punto fuerte. Ninguna casa rural conocida cuenta con un espacio así, que se va a dividir mediante cortinas y biombos, dando lugar a dos ambientes diferenciados, en los que en verano se va a poder estar fresquito y relajado, y en invierno muy calentito y acogedor. Una zona será de juegos, con mesa de billar, ping-pong y televisión, además de juegos antiguos y juguetes de hace 20, 30 y más años, como peonzas, tabas, cartas y demás chismes que utilizaban los mozos de la época, y que darán lugar a contar a los clientes pequeñas historias y anécdotas sobre ellos. La otra contará con sofás, chimenea, hamaca y armarios antiguos que será ideal para el descanso de toda la familia. Y el balconcito proveerá de unas vistas espectaculares además de un atardecer impresionante en el que el Sol se pone por Peña Grande, llenando la estancia de colores rojizos y anaranjados. La casa cuenta con mobiliario antiguo (palanganas, sillas de mimbre, herramientas, aperos, muebles, sillería, tapices, etc...) que serán mínimamente restaurados para uso y disfrute de los clientes, y para que vean cómo era la vida hace 50 años en la casa, y se sumerjan en un ambiente rural de verdad. Los detalles de la reforma, al igual que el novedoso sistema de calefacción que se va a instalar, se detallan en el plan de operaciones más adelante. Y para brindar el mejor relax posible a los clientes, existirá la opción de en una cama de matrimonio poner un colchón de lana de época, perfectamente tratado, al más puro estilo de la comarca; al igual que las almohadas, que podrán ser también rellenas de lana, para disfrute de los huéspedes que gusten de la sensación especial que da la lana.

La casa también cuenta a escasos diez metros de ella con un pajar en el que se guarda la leña para la estufa, muchos aperos de labranza y las 8 bicicletas de que dispone la casa para sus clientes. Y un poco más lejos, una gran cochera en la que

caben cuatro coches o dos tractores, con una máquina de ablenar, y más maquinaria de labranza (como hoces, un trillo, etc...) en la que se pueden guardar los coches de los clientes en caso de mal tiempo, o simplemente visitarla para aquellos más curiosos. Es una cochera muy antigua, de piedra y madera, con techo de tejas antiguas y paja de aislante, con suelo sin asfaltar: máxima expresión del término rural. Además, está situada en un piazó (palabra que significa finca o parte de tierra de una misma propiedad) perteneciente a la casa (aproximadamente una hectárea) de sembrado que según el año puede ser trigo, centeno o girasol.

Por último contar que según se sale por la puerta, una gran era te saluda, en la cual puedes sacar una hamaca y tenderte a tomar el fresco o el solecito sin que nadie te moleste, puesto que hay que decir que la casa se encuentra al final del pueblo, en una calle que no es de paso y sin ninguna carretera cerca que pueda perturbar el descanso. Perfectamente el cliente puede salir en alpargatas y pijama a la puerta que nadie se percatará de su presencia (a excepción del mes de agosto, en el que el pueblo está lleno y las casas vecinas sí pueden contar con algún inquilino). Y esto es lo que hace especial a la casa, su excelente ubicación tanto geográfica como dentro del propio pueblo.

A continuación, unas fotos de la casa antes de la reforma y alrededores:

**Figura 31. Fachada principal de la casa**



**Figura 32. Peñagrande con unas petunias en primer plano**





**Figura 33. Subida a la “cámara” o segundo piso. Las piñas abundan por toda la casa**



**Figura 34. Vista general de la cochera a contraluz**



## 5.2. PRECIO Y PROMOCION.

### 5.2.1. Objetivos y metas.

Anteriormente ya se ha comentado el motivo principal por lo que se pone en marcha el negocio, y es el de complementar los ingresos familiares y financiar la reforma de una casa creando un negocio que durante unos cuantos años debe de dar unos ingresos que por lo menos cubran los gastos totales de la reforma, o se acerquen mucho a ello.

Como negocio nuevo que es, no se puede esperar tener un conocimiento exhaustivo de la demanda, de los gastos que va a generar exactamente, o de los resultados finales del negocio. Pero podemos estimar unos objetivos para el primer año, que luego se revisarían para el segundo y tercer año, y así sucesivamente.

A la hora de marcarse los objetivos, en este caso como porcentaje de ocupación de la casa que es lo que se puede medir, se debe distinguir entre periodos normales del año y vacacionales, entre puentes de las distintas comunidades autónomas que más viajeros es posible que hagan llegar a la casa, y periodos puntuales de más afluencia, como puede ser el verano, las fiestas de Ventosa o alrededores, y también ferias, jornadas, exposiciones o encuentros que se realicen en Molina de Aragón o por la zona.

Además, en verano, sobre todo en agosto, es común que debido a la alta ocupación de las casas rurales, se alquile por semanas completas y no por fines de semana. Aunque evidentemente esta suposición se revisaría sobre la marcha en caso

de que por demanda se pueda extender al mes de julio u otro mes, o al contrario, no haya la suficiente demanda y se alquile también por días sueltos.

Los objetivos que se deben marcar han de ser optimistas, pero también realistas, pues no se llega a ningún sitio si se tienen previsiones muy altas y luego la demanda no corresponde con lo esperado, pues los cálculos no saldrían.

Además, el darse a conocer lo suficiente ante los posibles clientes en internet y contar con comentarios positivos en los sitios donde se promociona la casa rural será fundamental para una valoración buena y que atraiga a más clientes a la casa. En donde se realice puntuaciones numéricas, se espera obtener a partir del 7 sobre 10 para estar satisfechos el primer año que es el de comienzo.

A la hora de estimar los objetivos que se esperan para la casa referidos a la ocupación del negocio por los clientes a lo largo del año, se va a proceder a obtener información de distintas fuentes, de forma que cruzando todos los datos posibles se puedan establecer unos porcentajes de ocupación aproximados de cara a poderse hacer una imagen más o menos significativa de por dónde se va a desarrollar el negocio. Para ello, lo primero y más importante es atender al estudio y análisis del entorno y del mercado desarrollado anteriormente, en el que se muestran las cifras más representativas del turismo rural a nivel nacional y de la comarca. Con estos datos, se puede realizar una estimación bastante precisa del nivel de ocupación de la casa rural que se desea abrir en Ventosa, ya que son datos oficiales obtenidos desde el Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

Pero para afinar un poco más con los guarismos que se desean obtener y que serán de gran importancia a la hora de establecer un plan económico para el negocio a



corto y medio plazo, se ha optado también por consultar a una serie de expertos en este campo, afincados en la comarca, y que de primera mano ofrecen una información especial acerca de la situación actual del turismo rural en la comarca del Señorío de Molina – Alto Tajo. Anteriormente se citó al presidente de la Federación Provincial de Turismo, Juan Luis Pajares, comentando el crecimiento suave pero palpable del sector que se ha dado a partir de 2013. Por parte de la Diputación de Guadalajara se ha consultado a Milagros Pérez, técnica y secretaria de la Diputación de Guadalajara para la zona de Molina de Aragón, encargada de la gestión de los ayuntamientos y EATIM (Entidades de Ámbito Territorial Inferior a la de Municipio) que dependen del Ayuntamiento de Molina de Aragón, y con un total conocimiento de todos los pueblos de la comarca. Preguntada acerca del estado de las casas rurales de la zona, su ocupación, y las perspectivas de futuro del sector, su conclusión fue tajante: *“Afortunadamente, es un sector que en esta zona está por explotar. Desde las instituciones oficiales no se le dio suficiente propaganda a la zona hasta que ahora con el Geoparque y otras diversas asociaciones como La Otra Guadalajara que están luchando por recuperar esta zona geográfica tan olvidada por los diversos gobiernos españoles, se ha empezado a mover de forma considerable el turismo rural, que tantas alegrías en forma de visitantes a los pueblecitos de la zona nos está dando. Pero aún no se dispone del suficiente nivel en número de alojamientos para la demanda que hay en momentos puntuales como el verano. Si bien es cierto que evidentemente la ocupación no es del 100% en verano, y mucho menos el resto del año, en las épocas vacacionales sí se nota que la mayoría de los alojamientos se llenan. Como trabajadora puntual del Centro de Interpretación de Corduente, he de decir que la mayoría de los visitantes no se encuentran de paso, si no que están alojados por algunos días, en su mayoría en casas rurales, ya sean de la zona cercana, o de zonas colindantes de Aragón o Cuenca, que se han desplazado hasta aquí a visitar el Parque Natural.”*

Mariano Berlanga, técnico administrativo del departamento financiero del Ayuntamiento de Molina de Aragón, explica cuestionado acerca de lo anterior: *“En los*

*últimos años se han abierto apenas 3 establecimientos en toda la zona, y ninguno cercano a Ventosa. Como has podido comprobar al preguntar en el Grupo de Desarrollo Rural Molina de Aragón – Alto Tajo sobre los pasos a seguir para obtener las subvenciones, los establecimientos que se encuentran actualmente funcionando llevan ya bastantes años en el negocio. Algunos cerraron al llegar la crisis, y otros han dejado de ser casas rurales de alquiler por días ya que se han alquilado como viviendas habituales. Desde el Ayuntamiento de Molina de Aragón se viene reclamando desde hace muchos años la construcción del Parador de Turismo de Molina de Aragón para atender la creciente demanda de turistas que desean visitar nuestra región. Pero hasta que esto se realice, y no se ve futuro de momento en ello, cuando una institución o grupo cultural o similar viene al ayuntamiento con la pretensión de crear unas jornadas de investigación, una feria, o un foro sobre cualquier tema, por ejemplo, se les ofrece un listado conjuntamente con la Oficina de Turismo de Molina de Aragón con los alojamientos disponibles en la zona para que ellos lo hagan llegar a sus invitados, etc.”*

Por último, se acude a la Oficina de Turismo de Molina de Aragón, que es donde se pueden obtener los datos más fiables acerca del sector, y donde mejor pueden asesorar a este negocio de cara a conocer mejor los futuros clientes que pueden llegar a la casa rural de Ventosa. Marta Vázquez, Diplomada en Turismo y Administración y Dirección de Empresas por la URJC, trabajadora de la Oficina de Turismo de Molina de Aragón, realiza un análisis del que parece futuro probable del negocio a corto y medio plazo: *“Desde la Oficina de Turismo de Molina disponemos de un observatorio de todo lo que acontece en la región desde el punto de vista del turismo muy fiable, ya que evidentemente todo lo referido al turismo de la zona pasa por aquí. En la Oficina, se recogen todos los recursos que tenemos en Molina de Aragón y sus alrededores, como el Parque Natural del Alto Tajo, para ponerlo a disposición del viajero que viene a conocernos. Tanto en nuestra página web como en la propia Oficina disponemos de todo el material necesario para informar a los turistas acerca de las actividades, rutas turísticas y alojamientos de que disponen en su estancia por la zona.*

*Y además de nuestra labor como informadores, también desarrollamos una importante labor estadística y de recogida de datos, que luego se hacen llegar a la estadística general de Guadalajara, para luego más tarde terminar en Madrid e incorporarse al INE y al Ministerio de Industria, Energía y Turismo. A toda persona que entra en la Oficina, después de ser atendida e informada, se le pregunta acerca de dónde provienen, y cuál es el motivo de su viaje: motivos familiares, trabajo, ocio... En 2013 se realizó además un estudio que duró desde mayo a octubre, época de mayor afluencia de viajeros a la zona, en la que además de las preguntas habituales, se preguntaba si pernoctaba alguna noche, y si era afirmativo, cuántas y en qué tipo de alojamiento. Además de pedir información sobre si en las casas faltaba algún tipo de servicio, o qué se destacaba de ellas. Con aquello se pudo determinar un perfil del viajero tipo de la zona, y elaborar alguna estadística un poco más profunda, y conocer mejor el estado del turismo de la región. Se puede resumir en que respecto a años anteriores, el turismo en Molina de Aragón y alrededores va creciendo perceptiblemente, aumentando el número de visitantes que llegan a la zona.”.* Con los datos relativos al estudio, además de la ocupación de la zona, se puede detectar la falta de servicios prestados por las casas a los clientes, como pueden ser desayunos, o internet gratuito en los alojamientos, que serán puntos fundamentales en los servicios prestados por la casa rural objeto del proyecto.

Y para finalizar, de cara a poder obtener los datos más rigurosos y fiables posibles, se consulta un par de negocios ya existentes de la zona acerca del estado del mercado y la ocupación que han tenido en los últimos años. Desde El Majadal del Alto Tajo, en Poveda de la Sierra, sus propietarios confirman lo anteriormente expuesto por los expertos consultados: el turismo rural parece que repunta, pero despacio. No se muestran pesimistas pese a que en su caso, su negocio cuenta con un spa y tres apartamentos que son sensiblemente caros de mantener. Pero aún así, siendo su única fuente de ingresos familiar, les da para vivir bien y pagar todas las facturas. Comentan que el trabajo que se está haciendo sobre todo desde el Geoparque Molina de Aragón

– Alto Tajo, ha permitido que en 2014 el porcentaje de ocupación de su complejo, haya subido casi un 10% en época vacacional desde 2012, rondando porcentajes del 85% en verano y del 100% las dos últimas semanas santas.

En Corduente se encuentra los apartamentos rurales Miraltajo, máxima rivalidad de la casa rural de Ventosa, aunque con un enfoque algo distinto, como se ha explicado anteriormente a lo hora de evaluar la competencia. Pero los resultados no han sido muy distintos de los expuestos en El Majadal del Alto Tajo; su ocupación en este caso ha sido de lleno en Semana Santa, y aunque comentan que en julio y agosto ha habido dos semanas en las que no ha habido ocupación en un par de apartamentos, el resto del tiempo la ocupación ha sido casi plena. Preguntados acerca del resto del año, la situación cambia. Sólo en puentes y algunos fines de semana hay afluencia de turistas. El resto del año y sobre todo entre diario, rara vez alguien se aloja, y en ese caso suelen ser investigadores o trabajadores puntuales que deben venir a la región por motivos laborales.

A continuación se muestran los objetivos para los cinco primeros años, teniendo en cuenta los datos que se han analizado en el análisis PESTEL, con la actual situación económica, las expectativas del sector, y sobre todo, a través de la consulta antes explicada realizada a expertos y negocios del sector, que son los que básicamente han facilitado los datos más precisos que han permitido conocer de primera mano los porcentajes de ocupación, que es lo más interesante de cara al comienzo de la actividad. Como se puede comprobar en el siguiente cuadro, a partir del segundo y tercer año, sería deseable que estos guarismos aumentasen un poquito, suponiendo que ya se tenga más difusión en internet y que la demanda aumente debido a que haya más gente que conozca la casa, los comentarios positivos que se obtengan y la mejora de la situación económica de España.

**Tabla 2. Objetivos de ocupación del negocio, situación realista (%)**

	Fines de semana (viernes a domingo)	Puentes y fiestas nacionales	Agosto	Julio	Días de diario (resto del año)
2015	55%	80%	80%	55%	8%
2016 y 2017	65%	90%	90%	65%	8%
2018 y 2019	70%	95%	95%	70%	15%

**Tabla 3. Objetivos de ocupación del negocio, situación pesimista (%)**

	Fines de semana (viernes a domingo)	Puentes y fiestas nacionales	Agosto	Julio	Días de diario (resto del año)
2015	40%	65%	65%	45%	5%
2016 y 2017	45%	75%	75%	50%	5%
2018 y 2019	50%	80%	80%	65%	8%

Según pase el tiempo debería haber más visitas y comentarios positivos en los anuncios de la casa, y las valoraciones debidas al aumento de experiencia deberían ser mejores, esperando obtener como poco un 8 sobre 10, ya que la calidad del servicio es el pilar básico de este negocio. A partir de aquí se espera que el grado de ocupación y de difusión de la casa sea aceptable y que permita empezar a recuperar la inversión.

### 5.2.2. Precio.

De cara a establecer el precio de la casa se pueden seguir varias estrategias, como pueden ser la de supervivencia, que es establecer un precio un poquito superior al de los costes, la de maximizar beneficios con precios un pelín más altos, la de maximizar la cuota de mercado, con precios lo más ajustados posibles para conseguir cuota como primordial objetivo, o las de desnatar el mercado o liderar la calidad. En estas dos últimas nada tiene que ver la calidad con el precio, pero el consumidor asocia que si hay más calidad, se paga más por ello.

Al ser un negocio de nueva concepción, el precio se fijará en función de la competencia del lugar, un poquito por debajo (10%) para atraer más clientes de forma inicial, ya que no se puede saber exactamente qué precio poder fijar en función de una demanda que se desconoce.

El precio deberá ser un poco superior al de los costes, y por debajo al de los competidores cercanos, pero sin tirar a la baja el precio, pues el consumidor debe apreciar que hay calidad en el producto, y esto lo asocia a un precio razonable y no demasiado barato.

La casa se va a alquilar completa, por política de la empresa, aunque posteriormente se podría establecer otro tipo de alquileres en función de la demanda de la clientela. La casa tiene capacidad hasta de 10 personas (4 habitaciones con dos plazas más dos camas supletorias) ya que el tipo de negocio al que está dirigido la casa, por servicios prestados y enfoque, es para el alquiler completo de la casa a grupos de personas.

Observando los precios de la competencia, en sus webs o en motores de búsqueda de casas rurales, se observa que casas rurales de alquiler íntegro en la zona sólo hay una en Peralejos de las Truchas, que no es rival directo para la casa de Ventosa, y un apartamento rural con capacidad para 8 personas en Corduente que es la única casa competencia directa en la zona, aunque está dentro de un complejo turístico con más apartamentos y habitaciones, con lo que el servicio dista de ser el mismo. Los precios hallados para el alquiler de 6/8 personas un fin de semana completo han sido, entre otros, los siguientes:

**Tabla 4. Precios de la competencia más cercana (€)**

Nombre	Localidad	Precio	Observaciones
El Majadal del Alto Tajo	Poveda de la Sierra	600	6 personas con desayuno. Alquiler por habitaciones.
El Rincón del Tajo	Peralejos de las Truchas	300	6 personas alquiler completo. Semana 850€, quincena 1000€.
La Ínsula	Castilnuevo	340	6 personas, desayuno incluido.
La Cava	Molina de Aragón	330	4 habitaciones, 8 personas (82 euros por habitación el fin de semana).
Miraltajo	Corduente	360	Desayunos incluidos. Semana 920€.

(Elaboración propia. Datos extraídos de sus páginas webs o anuncios en internet).

En función de todo lo anterior, viendo la amplia variedad de precios, considerando los servicios ofertados por estas casas y los que va a ofrecer la Casa Rural “Los Cocutos”, objeto del plan de negocio, los precios (IVA incluido) quedan fijados de la siguiente manera:

- 300 euros el alquiler íntegro de la casa en fin de semana, con desayuno básico incluido si el cliente lo demanda. (18,75 euros por persona y noche, un precio barato con respecto a la competencia de la zona y del resto de España). En puentes se añaden 100 euros por día extra.
- 750 euros el alquiler íntegro de la casa una semana completa, con desayuno básico si el cliente lo demanda.
- 1000 euros el alquiler íntegro de la casa una quincena completa, con desayuno básico si el cliente lo demanda.
- 110 euros el alquiler íntegro de la casa entre diario por día, con desayuno básico si el cliente lo demanda.

**Tabla 5. Tarifas casa rural “Los Cocutos” (€)**

<b>Tarifas (IVA incluido)</b>	<b>Precio</b>
Fin de semana	300
Semana completa	750
Quincena	1000
Un día	110

De momento los precios quedan así, pero están sujetos a revisión en función de la demanda. Con estos precios se cubren gastos de forma significativa y no se producen pérdidas. Se hace mención a desayuno básico pues como se comentaba en el punto de producto, se ofrece también un desayuno más fuerte a cargo de un proveedor de Molina de Aragón; en este caso el desayuno básico se compondría de tostadas, café, leche, fruta y cereales.

También comentar que no se ponen precios en función de la estacionalidad para el primer año. Se desea que los precios sean asequibles todo el primer año para atraer al mayor número de clientes posibles, y que se difunda el negocio. Además, la mayor parte de las casas y apartamentos del entorno no lo hacen, y los que sí, la diferencia no es apreciable. Así que se prefiere tener precios claros, asequibles y cerrados que no líen al público y conviertan a la casa en un producto apetecible y competitivo. Un precio siempre un 10% inferior a la competencia para tener el objetivo de siempre llenar la casa, aun asumiendo que si la competencia baja el precio, se debe volver a bajar de nuevo.

Mencionar que las camas supletorias, la cuna que se va a ofrecer, o servicios que ya posea la casa de por sí van a ser gratuitos. Se realizarán descuentos a grupos grandes o a estancias prolongadas en el tiempo, que se anunciarán al pedir información sobre la casa. Para finalizar, los precios se revisarían cada poco tiempo



según demanda y competencia, pues el mercado se mueve muy rápidamente y hay que estar atento a los movimientos de la competencia. Cada 6 meses parece un buen periodo de tiempo para someter a revisión los precios, siempre con la flexibilidad por bandera, pues es preferible tener ocupada la casa a precios más baratos que encontrarla vacía.

### 5.2.3. Promoción.

La promoción y publicidad es fundamental en los negocios hoy en día, máxime cuando hay tanta competencia en el mercado y la visibilidad de un negocio depende en gran medida de su supervivencia. Internet facilita mucho las cosas, pues los canales tradicionales se van diluyendo, cobrando gran importancia los medios digitales.

En un tipo de negocio como éste dedicado al turismo, la inmensa mayoría de las personas, sean de la edad que sean, acuden a internet como medio para informarse, valorar opiniones de otros usuarios, ver fotos del alojamiento en cuestión, y conocer precios y disponibilidades. Por tanto, el tener la máxima visibilidad en internet es de capital importancia para atraer a los clientes a la casa.

Para ello, se van a realizar las siguientes acciones de promoción:

- Una página web propia. Con información como la que se encuentra en este proyecto: muy abundante, con fotos y videos de la casa y alrededores, con información turística, de actividades y de eventos. Con buena presencia y de aspecto llamativo pero no sobrecargado. Las tarifas, reservas y todo tipo de comentarios, información y ofertas serán actualizadas diariamente, y habrá enlaces a las distintas redes sociales en las que también habrá presencia, como

Facebook, Twitter e Instagram, con noticias de la comarca, fotos y todo tipo de información relacionada con la casa. No es necesario contar con un enlace patrocinado en Google o con un buen posicionamiento, pues lo normal es que la gente llegue a la web a través de motores de búsqueda de casas rurales.

- Se creará un folleto (díptico, tríptico o similar) con información, fotos y tarifas de la casa para repartir por las distintas asociaciones de la zona, edificios y monumentos oficiales, comercios, oficinas de turismo, en la propia casa, etc.
- Se participará en las actividades de la comarca activamente para dar a conocer la casa entre los posibles clientes que vengan a ella, como en ferias o en jornadas, etc.
- Se mantendrá el contacto con los clientes ya conocidos a través de correo electrónico o redes sociales, informando de ofertas, servicios o actividades nuevas que puedan ir surgiendo, para mantener fidelizado al cliente.

La promoción en revistas de papel impreso se descarta, puesto que la difusión que alcanzan no es muy alta, es más bien para viajes al extranjero y cobran mucho dinero por un anuncio que poco o nada va a reportar a la casa, sin llegar a amortizar ese gasto jamás. En revistas digitales, que también cuentan con versión impresa, como [www.revistaturismo.net](http://www.revistaturismo.net), puedes ser analizado y aparecer en un mes a partir de 120 euros. Otras como [www.topviajes.net](http://www.topviajes.net) ofrecen por 100 euros al mes publi-información y activación del link, o por 20 euros al mes, micronoticia y activación del link; o como [www.revista80dias.es](http://www.revista80dias.es) en el que un simple banner móvil en portada supone 100 euros al mes más IVA. Precios muy altos para el poco o nulo retorno que van a producir. En cambio hay páginas como [www.revistaiberica.com](http://www.revistaiberica.com) que se ofrecen a meter el alojamiento en su base de datos y ofrecérselo a sus clientes, y de forma gratuita.

Últimamente está muy de moda reservar este tipo de escapadas de fin de semana a través de páginas de compra grupal como Groupalia, Groupon, LetsBonus o MiNube. De cara al negocio, estos portales son muy buenos porque son constantes

campañas de marketing viral, basadas en la recomendación de una oferta que caduca en un corto periodo de tiempo y que generan un gran número de ventas en un corto plazo y compras compulsivas por parte de los usuarios. También se encargan de enviar newsletters diarios a sus subscriptores a través del correo electrónico informándoles de las ofertas disponibles. No hay costes de promoción fijos, sólo por ventas reales. Y por último el empresario consigue llegar a clientes a los que de otra manera nunca llegaría, amén de la posible fidelización de clientes.

Pero la contrapartida está en los márgenes del negocio. Por ejemplo en Groupon ocurre lo siguiente: un negocio publica una oferta de un servicio que cuesta 100€, al que se le aplica un descuento del 70%. El precio final para el usuario es de 30€. De los 30€ de la venta, la empresa pagará 15€ a Groupon, es decir el 50%, por lo que sólo se ganará poco más de 9€ ya que la empresa paga el IVA de los 30€ que cobró al cliente.... En resumen de un producto que se vende a 100€, finalmente el anunciante ganará 9€.

Esto no es tan convincente, y los costes que pueden generar las ventas de tu producto a través de estos portales pueden ser altos y reducir mucho el margen de beneficio. Por tanto, de momento se dejan apartados para comprobar si por canales más tradicionales la casa funciona.

Lo más acorde para este negocio es darse de alta en buscadores especializados y en centrales de reserva, que son los canales anteriormente referidos. Para ello debemos saber en qué sitios el cliente va a buscar la casa rural que desea alquilar. Google Trends puede ayudar a la hora de obtener los términos más buscados. Si se escribe “casa rural”, los resultados son los siguientes:

**Figura 35. Búsquedas de los términos “casa rural” y “casas rurales”, google.es/trends, mayo 2014**



Estas gráficas sólo marcan tendencias de búsqueda. Los números del gráfico reflejan la cantidad de búsquedas que se han realizado de un término específico en relación con el número de búsquedas totales realizadas en Google a lo largo del tiempo. No representan cifras de volumen de búsquedas absolutas.

Se introduce según esta captura los términos “casa rural”, “casas rural”, “casa rurales” y “casas rurales” en Google, que son los términos más relacionados, y observamos cuáles son las páginas más pinchadas por los usuarios. Éstas son:

Top Rural ([www.toprural.com](http://www.toprural.com))

Escapada Rural ([www.escapadarural.com](http://www.escapadarural.com))

Casas Rurales ([www.casasrurales.com](http://www.casasrurales.com))

Aparte de otras, estas tres páginas parecen ser las más solicitadas por la gente que busca casas rurales en internet. Incluyendo la búsqueda de los términos: “casas

rurales Guadalajara” y “casas rurales alto tajo”, salen las mismas páginas añadiéndose Club Rural ([www.clubrural.com](http://www.clubrural.com)) a las páginas más visitadas. Por tanto son en éstas, y en especial en Top Rural, que es la más visitada y exitosa de todas, a las que hay que acudir para darse a conocer. Recordar que también saldrá la casa anunciada en páginas como la de Turismo de Castilla – La Mancha, Diputación de Guadalajara, Turismo en Guadalajara, Geoparque Molina – Alto Tajo y Camino del Cid gracias a acuerdos y a que en esas páginas la difusión es máxima y no cobran (o cobran poco) por anunciarse en ellas. Simplemente es necesario darse a conocer frente a esas instituciones.

Volviendo a los buscadores, en Top Rural ([www.toprural.com](http://www.toprural.com)) se tiene la posibilidad de elegir diferentes tipos de anuncio, en función de lo que se pague. La suscripción anual más barato es la Plata por 165 euros al años, y la más cara Exclusiva anual son 4000 euros. Hay una promoción que es un mes Oro gratis, lo que va a venir muy bien para iniciar el negocio, y luego se cogerá por motivos económicos la Plata anual. Al fin y al cabo la gente va buscando por lugar y precio, y se terminan buscando casi todas las opciones disponibles, con lo que no se cree necesario pagar más por anunciarse en esta web.

En Escapada Rural ([www.escapadarural.com](http://www.escapadarural.com)) hay una modalidad que es gratuita, luego otra Completa de 200 euros, y otras superiores. Como Top Rural es la página por excelencia, pagar en otras páginas parece no tener mucho sentido, y más si como ésta ofrece todos los servicios mínimos requeridos y permite describir la casa, poner fotos y demás (en la descripción puedes indicar tu web). También se registrará la casa en este portal. En Casas Rurales ([www.casasrurales.com](http://www.casasrurales.com)) es gratuito el alta, y ofrece los siguientes servicios: gratuidad, contacto directo con el cliente, pues puede visualizar tu teléfono y web y contacta directamente contigo, mucha visibilidad del negocio, pues el dominio [casasrurales.com](http://casasrurales.com) posiciona perfectamente recibiendo miles de visitas al día, y servicio de atención telefónica para resolver cualquier duda. Este portal parece muy interesante, y como es gratuito, también se registrará la casa rural en él. Por último, en

Club Rural ([www.clubrural.com](http://www.clubrural.com)) también ofrecen una prueba de 30 días llamada Ficha Destacada. Te dan además una página web gratis, específica para casas rurales. Un cuadro comparativo como resumen entre las distintas tarifas de estas páginas, obtenido en clubrural:

**Tabla 6. Comparativo de tarifas entre motores de búsqueda (€)**

Comparativo de tarifas (precios en euros)					
<u>Portal</u>	<u>Ficha</u>	<u>Año</u>	<u>6 meses</u>	<u>3 meses</u>	<u>1 mes</u>
clubrural	FICHA PREMIUM (primeros puestos)	695	415	262	123
Escapada Rural	EXCLUSIVA (primeros puestos)	1575	800	450	175
Top Rural	EXCLUSIVA (primeros puestos)	4000	2000	1150	-
clubrural	FICHA DESTACADA (detrás de ficha premium)	361	221	137	64
Escapada Rural	COMPLETA PLUS (detrás de exclusiva)	525	310	175	65
Top Rural	PRESTIGIO (detrás de exclusiva)	1296	789	429	-
clubrural	FICHA MEDIA (detrás de destacada)	169	94	54	-
Escapada Rural	COMPLETA (detrás de completa plus)	175	95	55	19
Top Rural	ORO (detrás de prestigio)	432	309	179	-

Algunos de los datos de clubrural son: más de 120.000 solicitudes de reserva, 200.000 usuarios registrados, 6.500.000 visitantes y 50 millones de páginas vistas. Parece interesante registrarse también en esta web, y serían 169 euros al año. Por tanto, por 334 euros al año la casa estará registrada en los principales portales de búsqueda de casas rurales en España. Parece una inversión necesaria e interesante para darse a conocer que se espera provoque muchas reservas y comience a dar a beneficios.

Más allá de la promoción electrónica, de cara a dar a la casa la máxima difusión posible, es necesario alcanzar acuerdos con las principales instituciones de la región implicadas con el turismo activo y rural. Lo más importante es contactar con la Junta de Comunidades de Castilla- La Mancha y su Oficina de Turismo y con la Diputación de Guadalajara para dar a conocer la casa y que aparezca como lugar donde poderse

alojar, tanto en sus respectivas webs de turismo como en las oficinas de turismo que tienen a su cargo. A través de Radio Televisión Castilla – La Mancha se puede concertar un reportaje para que vengan a grabar el nuevo negocio; hay programas en su oferta que van recorriendo la geografía de la comunidad en busca de lugares y negocios singulares, siendo esta una muy buena promoción por tener mucha visibilidad. La página oficial del Alto Tajo es la de Turismo de Castilla – La Mancha, junto con la de la diputación, y en ellas aparecen varios hostales y casas rurales donde poderse alojar. También habría que contactar con otras webs de turismo por el Alto Tajo para dar difusión al nuevo alojamiento.

El Ayuntamiento de Molina de Aragón y su Oficina de Turismo también es un buen lugar al que acudir para presentar el nuevo establecimiento rural, dejando folletos informativos en ambos sitios para atraer el mayor número de clientes. Por otro lado, en el Museo Comarcal de Molina, sede del Geoparque Comarca de Molina – Alto Tajo, y en La Otra Guadalajara, una iniciativa ciudadana para el desarrollo de la Comarca de Molina, también se dejará publicidad de la casa, ya que estas instituciones son las que más se mueven en la región últimamente, organizando todo tipo de eventos y reuniones en las que participa gente llegada desde muchas partes del mundo. También como se ha comentado anteriormente, se contactará con el Consorcio del Cid, en ánimo de que en la casa se pueda sellar el salvoconducto que acredita que se ha realizado el Camino del Cid, y además aparecer como alojamiento recomendado en su web. Y con ATRAMA (Asociación de Turismo Rural de Molina de Aragón y el Alto Tajo) es una asociación de ámbito territorial, que comprende La Comarca Leader de Molina de Aragón y el Parque natural del Alto Tajo; que representa a un gran número de empresarios de turismo y actividades de la comarca; encontrándose en un momento de expansión; dado que la asociación no ha dejado de moverse y avanzar en la realización de proyectos y en la demanda y negociaciones con la administración para la mejora de la oferta turística y de servicios de esta comarca.

Por último, remarcar también que numerosas asociaciones de la comarca de Molina de Aragón realizan congresos y jornadas a lo largo del año, con ponentes que provienen desde muchas partes de España y el extranjero, y que necesitan de alojamientos para ellos y para su público. En los últimos meses se han realizado en Molina de Aragón los siguientes eventos:

- V Feria de la Trufa TRUFARC, por la Asociación de Recolectores y Cultivadores de Trufa de Castilla – La Mancha, constituida en 2009 en Molina de Aragón.
- Curso de manejo de fitosanitarios por la Oficina Comarcal Agraria de Molina de Aragón.
- I Feria de Caza, Pesca y Turismo Rural.
- I Feria del Regalo.
- Presentación del libro “Los Celtíberos en Molina de Aragón”.
- I Jornadas de meteorología.
- I Jornadas de árboles y arboledas singulares de la comarca de Molina de Aragón.
- I Jornadas sobre el Clima en el Polo del Frío presentación del libro El Triángulo del Hielo. Nacen con el fin de celebrar periódicamente un encuentro entre profesionales y aficionados a la meteorología en alguno de los tres vértices del triángulo que forman Teruel, Calamocha y Molina.

Además, hay otras asociaciones que también promueven eventos por la región como pueden ser la Asociación Española de Apicultores (cuyo presidente es de la localidad vecina de Hombrados), o la Asociación Mineralógica Aragonesa, que viene habitualmente a estudiar los aragonitos, asociaciones diversas de cazadores, pescadores, etc.



## **6. PLAN DE OPERACIONES.**

En este epígrafe del proyecto se va a relatar cómo se realiza la reforma de la casa, y las operaciones destinadas al desarrollo correcto del alojamiento durante su funcionamiento.

### **6.1. PROCESOS.**

En este apartado se procede a explicar y analizar cómo se van a realizar los procesos críticos que permitirán el correcto funcionamiento del negocio. Al ser un negocio pequeño y familiar, estos procesos se reducen a tareas más o menos cotidianas, pero no por ello menos importantes, y que son fundamentales para dar el mejor servicio a los futuros clientes de la casa.

#### **6.1.1. Procesos de la empresa.**

Toda empresa en sus procesos de gestión y organización deberían tener una estrategia orientada a dar unos servicios de calidad total, aplicado tanto a los productos o servicios que ofrecen, como a los trabajadores de la empresa. La Gestión de la Calidad Total (o Total Quality Management, TQM, en inglés) es una filosofía empresarial que busca la satisfacción del cliente.

Un proceso en una empresa, o proceso de negocio, se define como una serie de tareas que se desarrollan en la empresa, mutuamente relacionadas entre sí y con una relación lógica e interactuando entre ella, destinadas a generar un producto o un servicio final. Todo esto siempre debe añadir en cada paso que se da en el conjunto del

proceso, un valor añadido al resultado final, ya sea producto o servicio. Estos procesos se pueden dividir en subprocesos, actividades y tareas, que son las acciones mínimas que forman un proceso y el mínimo escalón por el que empezar a realizar un proceso.

En este tipo de negocio, se debe adoptar una visión general del proceso a desarrollar, siempre desde el punto de vista del cliente, que es el que está dispuesto a pagar una cantidad de dinero por los servicios que se le van a ofrecer al contratarlo, recibirlo, y su posterior atención post-venta. Las empresas de servicios como es este negocio de casa rural, tienen como clave de su trabajo la satisfacción del cliente, adaptando sus servicios ofrecidos a las demandas del cliente, y darle unas expectativas realistas de los que se va a ofrecerle. Y por último siempre tener en cuenta su opinión para futuras mejoras y comprobar su satisfacción. En este punto se puede hablar de Lean Operations in Services, o aquellas operaciones eficientes que se deben desarrollar en una empresa de servicios, eliminando aquellas actividades que no añadan valor al proceso.

Lean Services se define como la translación del concepto Lean Manufacturing (un método sistemático de eliminar desperdicios y errores en el proceso de manufacturación de un producto. Su origen deriva del Toyota Production System, que estableció Toyota como forma de operar en su empresa para eliminar ineficiencias en su sistema productivo a finales de los años 40) a las operaciones destinadas a ofrecer servicios por parte de una empresa. Además, este tipo de concepto no sólo es válido para ambientes de oficina o administrativos, sino que también es extendible a situaciones que no tienen por qué ser repetitivas o estar expuestas a un tiempo límite de realización, como puede ser en este caso el mantenimiento y limpieza general de la casa rural objeto de estudio en este proyecto.

En un negocio como el que se presenta en este proyecto, el Lean Service es aplicable a cualquier tipo de proceso que concurra en el desarrollo normal de la empresa. Sobre todo, entre otros factores, lo más importante es que no haya retrasos en los servicios ofrecidos al cliente, que la comunicación con el cliente no haya sido clara o todo lo precisa que sea necesaria, que se pierda la oportunidad de encontrar nuevos clientes por errores de planificación, y que se produzcan errores de calidad en el servicio prestado. Para ello, las operaciones a desarrollarse en el transcurso de la actividad del negocio han de ser correctamente definidas, explicadas y trazadas, para poder siempre contar con un modelo en el que fijarse de cara a realizarlas con la mayor precisión y eficiencia posible, debiéndose simplificar lo más posible cada una de las tareas destinadas a completar el proceso general.

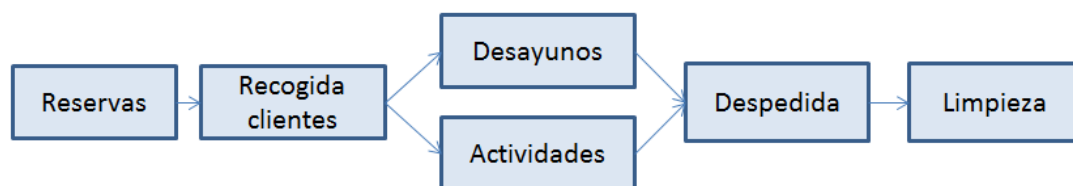
La Gestión de la Calidad Total o TQM, es una teoría que, desarrollada a partir de los principios del Lean Service, está orientada a que todos los procesos anteriormente relatados que se centran en ser lo más eficientes posibles, además deben ahondar en la calidad como punto fundamental, denominándose total, ya que concierne tanto a la empresa en general, como a los trabajadores en particular, reflejándose todo ello en el cliente final. Esta calidad total se debe entender como la satisfacción global en el total de aspectos concernientes a la empresa.

En un proceso de mejora continua, la calidad se debe planificar, controlar y mejorar, como proceso de aprendizaje para lograr una repercusión positiva sobre el negocio. La TQM actualmente es una estrategia que busca la ventaja competitiva, siempre enfocada hacia el cliente. Para ello, la empresa debe adoptar esta filosofía e implicarse con ella, tanto la dirección como sus empleados, sus proveedores y sus clientes. La mejora de procesos y el “cero defectos” lograrán un aumento de calidad medible y visualizable. Y además, esta calidad debe percibirse, tiene que proyectarse hacia el cliente como algo diferenciador y que aporta el suficiente valor como para que el precio que ha pagado por el servicio contratado le haga estar plenamente satisfecho

con su desembolso. Con todo ello, el cliente estará más satisfecho, las actividades internas de la empresa se desarrollarán de manera más eficaz, la calidad percibida de los servicios prestados aumentará, y todo ello provocará menos costes y más beneficio para la empresa.

Todo esto aplicado a la gestión del negocio de la casa rural se traduce en que todos los procesos deben estar orientados al cliente, haciendo que su estancia sea la mejor posible y plenamente satisfactoria, y el negocio aumente su capacidad competitiva en el mercado del turismo rural al que se va a enfrentar. En el siguiente esquema se puede ver un diagrama del proceso a seguir desde que se contacta con un cliente hasta que se marcha de la casa:

**Figura 36. Diagrama de proceso de funcionamiento de la casa**



En los siguientes apartados se identifican estos procesos con más detalle, desarrollándolos y explicándolos de cara a comprender el funcionamiento global de la casa rural.

### 6.1.2. Reservas.

Los clientes pueden hacer sus reservas mediante tres vías: la página web y correo electrónico, las centrales de reservas (las páginas web donde se anunciará la casa), y por teléfono. Durante todo el día se pueden recibir los correos y las llamadas, ya que los smartphones de última generación permiten recibir los correos en tiempo real, y contestarlos si es posible con la máxima inmediatez.

Todos los días por la tarde-noche se chequeará el correo si durante el día no se ha hecho, para verificar las posibles preguntas y/o reservas que pudiera haber, y para contestarlas en ese mismo día. La rapidez de respuesta en este tipo de negocio es fundamental, tanto por tener atendido y contento al cliente, como porque generalmente los clientes preguntan a varios sitios, y si se es el primero en responder, se tienen más posibilidades de que acudan a tu negocio. Con un simple calendario en el móvil o en el ordenador para tener actualizado al día las reservas, será suficiente para atender a la mayor brevedad a los visitantes y poderles confirmar la disponibilidad de la casa en su primera consulta o llamada.

Cuando se confirme la reserva, se pedirá al cliente que haga un abono de aproximadamente un 33% del precio para garantizarle la reserva de la casa, enviándosele un precontrato para que lo rellene con los datos del usuario, y en el que aparecen las condiciones y servicios de la casa, que se firmará a la llegada el primer día.

También es fundamental la constante actualización diaria de la página web y su calendario de reservas, así como en los anuncios en los portales especializados, para que los clientes que busquen información acerca de la disponibilidad, la tengan al día y puedan encontrar el día perfecto para acudir a la casa. Por supuesto, en esta

actualización, además del calendario de reservas, también se procederá a actualizar noticias, eventos o demás datos de interés que puedan interesar a los clientes, tales como fiestas locales, seminarios, cursos o noticias de la zona a través de un blog en la página web que se redactará periódicamente. Por último, se indicará el tiempo atmosférico a través de un link o un banner a una página meteorológica, ya que este punto es de importancia para los clientes, ya que en ciertas épocas del año es interesante conocer de primera mano el tiempo atmosférico, para poder realizar unos tipos de actividades u otras.

#### 6.1.3. Recogida de los clientes.

El día de llegada se acudirá a la recogida y recepción de los clientes. Tanto por teléfono como en la página web, se darán detalladas indicaciones de cómo llegar hasta la casa desde Madrid, Zaragoza, Valencia o desde donde venga el cliente. En la web, aparecerá un mapa con la ubicación exacta, coordenadas GPS y fotos del recorrido desde Molina de Aragón (lugar de referencia al que es muy fácil llegar) hasta Ventosa. Al entrar al pueblo por cada una de las dos entradas posibles, habrá letreros que indican cómo llegar exactamente hasta la casa. Aunque por supuesto siempre podrán los clientes llamar por teléfono para preguntar si se han perdido o si se les tiene que ir a buscar a un lugar determinado en Molina de Aragón o alrededores, en cuyo caso personalmente se iría a por ellos en caso de ser necesario. Previamente a que los clientes lleguen a la casa, en las épocas frías del año, la casa se caldeará para que cuando lleguen los clientes, se encuentren la casa climatizada confortablemente.

Cuando ya se encuentren en la puerta de la casa, se les mostrarán todas las estancias, se explicará las normas de convivencia, el mobiliario a su disposición, se les dará información y panfletos de las posibles actividades o lugares que pueden visitar, así como explicarle el funcionamiento de la caldera por si quisieran rellenarla manualmente, y se les hará entrega de las llaves, tanto de la casa como de la cochera.

Se procederá a firmar el contrato y a pagar una fianza de aproximadamente el 33% del precio total además del precio estipulado, que se devolverá al finalizar la estancia y comprobando que todo esté conforme a lo encontraron los clientes. En ese momento y como bienvenida, se les hará un pequeño obsequio en forma de cesta de frutas, jabones o algún detalle similar que puedan disfrutar durante su estancia en la casa. Por último, se les preguntará por si quieren desayunos o algún otro servicio de los que dispone la casa si con anterioridad no lo han demandado. La atención en todo momento debe ser la mejor, y que los clientes noten desde el primer momento la máxima calidad en atención recibida y servicios ofrecidos.

#### 6.1.4. Desayunos.

Los desayunos pueden estar previamente encargados a la hora de hacer la reserva el cliente, o pedirlos a su llegada a la casa. En cualquier caso no hay problema de ningún tipo para prepararlos, pues se realizarán en casa del empleado que tiene en Ventosa y la que a su vez será alojamiento para los propietarios de la casa cuando los clientes estén alojados en ella, en caso de que así sea necesario. Serán desayunos clásicos, compuestos por leche, café, chocolate y zumos, con bollería artesanal de las panaderías de Molina de Aragón y tostadas.

Para tener todo a punto a la hora de llevar los desayunos a la casa, se repasará un *checklist* todos los días, para asegurarse de que se disponen de todos los productos necesarios para servir el desayuno del día. El día anterior se realizará la compra de todo lo necesario (incluso de las peticiones que los clientes pudieran realizar específicamente, puesto que se preguntará si algún huésped de la casa tienen necesidades especiales como puede ser un celíaco o alguien con algún tipo de alergia alimenticia, por ejemplo), para tenerlo todo a la mañana siguiente, y que el producto sea fresco. El desayuno consistiría en lo siguiente:

- Leche, café, cacao, zumo.

- Bollería variada de la zona: madalenas, torta o rosquillas.
- Tostadas de pan artesanal molinés.
- Tarrinas de mantequilla, aceite y mermelada surtidas.
- Una pieza de fruta variada por cliente.

Se servirían a la hora que el cliente demande, se prepararían esa misma mañana por la mañana y se llevarían a la casa en el momento, pues hay una distancia de unos 100 metros entre ambas casas. De esta manera, el servicio es prácticamente inmediato y en el momento deseado por el cliente.

#### 6.1.5. Actividades.

Un punto estratégico y diferenciador respecto de otros negocios similares va a ser la posibilidad de que el cliente se despreocupe de toda organización de su estancia en la casa. Se debe contar con unos procesos bien trazados de reservas, que permitan incluso hacer reservas para el mismo día.

Para ello, se mantendrá contacto directo tanto telefónicamente como electrónicamente con los proveedores necesarios. Antes de comenzar a funcionar el negocio se establecerá contacto con todos ellos, llegando a los acuerdos de servicio necesarios. Y cuando el cliente va a llegar a la casa, previamente se preguntará vía email la disponibilidad de la actividad o el servicio requerido, para que cuando el cliente llegue, se le pueda ofrecer el servicio, o buscar una alternativa. En caso de que el cliente lo pida sobre la marcha, se realizaría vía telefónica, para que el contacto sea más rápido.



Las actividades de turismo y ocio previamente explicadas se pueden realizar en cualquier momento y sin necesidad de reserva previa, sobre todo las de turismo y visitas al Parque Natural. Pero hay otras que requieren de reserva previa. Para ello en el momento de la reserva se preguntará al cliente si desea realizar alguna de las muchas actividades que ofrece la casa en su entorno. Si es afirmativo, se tomará nota de ello y se procederá a llamar a las empresas o lugares necesarios para tramitar personalmente la reserva. Cuando se haya comprobado la disponibilidad y concretado precios, se contactará de nuevo con el cliente para pedir la confirmación necesaria de que quiere realizar esa o esas actividades, y se procederá a reservar con la empresa correspondiente, y si no es posible, dar las alternativas necesarias para que el cliente disfrute lo más posible de su estancia en la casa. Esto es válido tanto para las actividades de ocio, deporte y naturaleza, como la posible reserva en restaurantes, catering o actividades en el pueblo. Por supuesto que cuanto antes el cliente realice sus peticiones, más probabilidades de que sea posible realizar la actividad tendrá, sobre todo en los meses estivales.

Respecto a estas últimas, como pueden ser los talleres de manualidades, o visitas guiadas del entorno por parte de gente del pueblo, se estará sujeto a la disponibilidad de las personas que imparten los cursos o actividades, con lo que el procedimiento será el mismo, contactar con estas personas antes de confirmar al cliente la realización de la actividad. Por último, cuando esté todo reservado, se mandará al cliente justificante de las reservas y una lista con el precio final de la casa más las reservas adquiridas, todo bien detallado.

Y en caso de que el cliente decida realizar estas actividades sobre la marcha, se intentará igualmente gestionar estas reservas, aunque las posibilidades de éxito sean menores. Parte de la diferenciación que hace que esta casa se distinga de las demás, además de la propia casa en sí y su especial situación, es la posibilidad de que el cliente se despreocupe de todo y le gestionen las reservas de las actividades o las comidas por

él. E incluso de realizarlas sobre la marcha y a gusto del cliente. En este caso, el cliente debe estar informado de que se realizará todo lo posible para gestionar su petición, pero que al pedirse el mismo día de la actividad o comida, es posible que no pueda ser atendida, no se puede asegurar una reserva con carácter urgente. Si por lo que fuera no se pudieran realizar, se le ofrecerán alternativas similares (otra actividad distinta, otro restaurante, etc) o la posibilidad de que el dueño del negocio monitorice y/o guíe las actividades que permitan esto, como pueden ser excursiones comentadas por la zona o rutas en bicicleta, por ejemplo.

#### 6.1.6. Despedida.

Cuando el cliente se vaya a ir, a la hora acordada se procederá a visitar la casa para comprobar que está en perfectas condiciones y que todo se queda como se encontró. Se devolverá la fianza que se depositó, y se recogerán las llaves. Siempre se debe preguntar al cliente por su opinión acerca de su estancia, de la casa y de las actividades y el tiempo que ha estado en ella, porque es muy importante tenerla en cuenta para futuras mejoras. Como se ha comentado anteriormente, este punto es fundamental para la mejora de la calidad del servicio y el aprendizaje del negocio, para ir añadiendo competitividad al negocio cliente tras cliente. En un punto más adelante se trata el tema de la recogida de opiniones para elaborar reportes de calidad.

Por último se le obsequiará con un pequeño detalle de despedida que será un aragonito escogido en una cajita muy bonita, con una tarjeta de la casa (aunque con el tiempo esto puede variar). Estos detalles hacen que los clientes se vayan con muy buen sabor de boca y no cuestan apenas nada; es fundamental que el cliente se marche plenamente satisfecho y dé buena cuenta en internet y a su gente más cercana del buen trato recibido y su magnífica estancia en la casa. Al cabo de los meses se contactará con el cliente de nuevo, saludándole cordialmente y ofreciéndole los

servicios de la casa; esto es muy importante para no perder el contacto con el cliente y que siga teniendo en cuenta el negocio.

#### 6.1.7. Limpieza.

La limpieza de la casa se realizará según los clientes se marchen de la casa. Siguiendo un *checklist* para que nada quede por hacer, se procederá al barrido y fregado de toda la casa, la limpieza íntegra de los baños, el cambio de ropas de cama y toallas, y la limpieza del polvo. El listado sería el siguiente:

- Limpieza total de baños (suelos, paredes y sanitarios).
- Limpieza de habitaciones (suelos, cambio de ropa de camas).
- Limpieza de pasillos, escaleras y entrada.
- Limpieza de cocina (electrodomésticos, revisión de que la vajilla esté limpia, encimera y fregadero) y salón-comedor (mesas, sillas, suelo, chimenea).
- Limpieza planta superior (ordenar zona de juegos y de relax, aspirado de alfombras y limpieza del suelo).

También se repondrá la pila de leños para la caldera con madera suficiente para la estancia, dejando una pequeña porción cerca de la chimenea del comedor también. De esta manera quedará todo listo para cuando venga el siguiente cliente; si esto se llegase a producir en el mismo día, se procurará que el cliente que viene lo haga con una diferencia de unas 5 horas, que es el tiempo estimado en preparar y acondicionar la casa, aunque puede ocurrir que venga sobre la marcha o con menos margen. Por eso siempre la limpieza se realizará nada más irse un cliente, para estar perfectamente preparada la casa ante cualquier imprevisto, lo que redundará en un servicio de más calidad hacia el cliente.

Cuando pasen varios días desde que se va un cliente hasta que llega otro, se realizará una limpieza unas horas antes de que venga el cliente. La casa ya está preparada, pero el polvo o cualquier imprevisto puede surgir, y es necesario revisar la casa siempre antes de entregársela al cliente. Todos los utensilios de limpieza que no sean los que están a disposición del cliente, o la ropa de cama y toallas de cambio, se encontrarán en la casa del empleado. Allí se realizará la colada, limpiándose sábanas, toallas y demás ropa de la casa. Además, semestralmente se realizará en la época de menos clientela una limpieza a fondo y desinfección, para limpiar todos los rincones de la casa que no se limpian habitualmente, como pueden ser techos, rincones, armarios, lámparas o mobiliario de decoración.

#### 6.1.8. Mantenimiento y gestión.

El mantenimiento de la casa correrá a cuenta de los dos encargados de la casa (jefe y empleado). Cualquier desperfecto de albañilería, fontanería, instalaciones, carpintería o mobiliario de la casa, se realizará en cuanto no haya clientes en la casa para tenerlo todo a punto para cuando lleguen los nuevos. En caso de que sea una avería más grave, entonces se recurrirá a cualquier empresa especializada de la zona, pero esto no debería ocurrir. Lo más frecuente que se tendrá que realizar es el pedido de leña para la caldera. Estos pedidos suelen ser de una o dos toneladas, y en el invierno (dependiendo de la clientela y de las condiciones meteorológicas, puede dar para varias semanas, con lo que igual al año sólo es necesario pedir un par de camiones, viniendo la leña además ya cortada, con lo que se descarga en la puerta del pajar y lo único que hay que hacer es apilarla ordenadamente en su interior. Se debe estar atento al stock de leña para que cuando baje del 25% se realice el pedido; el cliente siempre debe tener leña disponible para estar plenamente confortable en su estancia en la casa y otorgar un servicio de calidad.

En cuanto al papeleo y la burocracia de la casa, correrán a cargo de una gestoría, que ayudará sobre todo al inicio del negocio, y que luego realizará el trabajo de gestión de trámites con la Administración, como puede ser la declaración de la renta o similares, prestando apoyo en cualquier tipo de problema relacionado con estos trámites, incluso con asesoramiento jurídico en caso de que así fuese necesario debido a cualquier imprevisto que pudiera surgir en el normal transcurso del negocio.

#### 6.1.9. Cuestionario de calidad.

Como se ha comentado en el apartado de la despedida, la opinión del cliente es muy importante y clave para que el negocio se desarrolle, y se vaya adaptando a las necesidades de los clientes que se alojan en la casa, que son los verdaderos responsables de que el negocio vaya prosperando en la medida en la que la calidad ofrecida se mantenga siempre al máximo nivel según pasa el tiempo.

Por lo tanto, se torna fundamental tener las mejores críticas posibles de los clientes de la casa, ya que con la difusión que hoy en día se hacen de las opiniones en internet, una buena crítica (y el boca a boca, que en negocios como éste sigue funcionando) es la responsable de que el negocio atraiga cada vez a más clientes. Es por esto que después de unas breves preguntas de cortesía para tener una primera impresión de la estancia del cliente en la casa, se le hará llegar un correo electrónico a los dos días después de dejar el establecimiento (en el remoto caso de que no tuviera, se le realizaría una llamada telefónica), con un pequeño cuestionario, que permitirá evaluar la opinión del cliente y obtener un baremo con la puntuación de 0 a 10 que dé el cliente acerca de una serie de puntos que aparecen en el correo.

En el correo figurarán una serie de preguntas cortas que se valorarán del 0 al 10, y por último un apartado de sugerencias y opiniones para que el cliente escriba lo

que desee y aporte sus comentarios u opiniones sobre lo que desee. Las preguntas serían las siguientes:

- Califique su estancia general en la casa rural.
- Califique su satisfacción con el alojamiento en particular (habitaciones, planta de ocio y relax, salón-comedor, decoración...)
- Califique la limpieza percibida en la casa rural.
- Califique los desayunos recibidos.
- Califique las actividades en caso de haber realizado alguna.
- Califique la atención e información prestada por parte del personal de la casa rural.
- Sugerencias, opiniones y comentarios.

En una hoja de cálculo preparada a tal efecto, se irán introduciendo todas estas valoraciones, pudiendo realizarse una estadística al final de cada año que nos permitirá valorar la opinión de los clientes. Esta recogida de datos se traducirá en unas tablas y baremos que permitirán conocer de buena medida el estado del negocio, los puntos a fortalecer y mejorar, y que harán que la casa se vaya adaptando a las necesidades y gustos del mercado.

De esta forma, además de obtener una información muy valiosa del cliente que permitirá ir puliendo el negocio, mejorando el servicio y aumentando la calidad día a día, el cliente percibirá un nivel de atención acorde con sus expectativas, al nivel de grandes firmas hoteleras o de turismo en general (las cuales también en algunos casos realizan cuestionarios de este tipo), que hará que su estancia sea plenamente satisfactoria y que note que su opinión se va a tener muy en cuenta. Los clientes son la mejor publicidad e imagen que un negocio puede tener, y se va a convertir en la máxima prioridad desde el comienzo del negocio que las valoraciones de los clientes sean las mejores posibles.

## **6.2. REFORMA DE LA CASA.**

### **6.2.1. Reforma.**

Una casa con más de ochenta años de antigüedad (se cree que pueden ser 100), seguro que va a necesitar un buen lavado de cara para adecuarla al nuevo uso que va a recibir. En una reforma previa en la que se elevó el tejado, se pudo comprobar que la cimentación es fuerte y no presenta fisuras, no hay humedades, y sus muros de piedra, que a la vez son los que soportan todo el peso del tejado, están firmes y no presentan ningún tipo de abombamiento destacable. Además, el forjado de la primera planta, a pesar de estar hecho de madera, cuenta con unas vigas que están en perfecto estado.

La reforma integral de la casa va a corresponder a la empresa Decoraciones y Reformas El Baúl (<http://www.reformaselbaul.com>), situada en Móstoles, con más de 15 años de experiencia a sus espaldas, y con la que se tiene un trato familiar de trabajos anteriores. Con ello se asegura responsabilidad y seriedad en el trabajo, calidades a la altura de las expectativas.

En primer lugar, en el exterior se va a sacar la piedra original de la casa, que realizará el encanto de la casa y le dará un aire más acorde con lo que se desea pretender en el cliente, que evoque ruralidad y que sea una casa de pueblo de verdad. Se le aplicará un tratamiento anti humedades y se sellarán todos los poros que pueda haber, además de otro tratamiento para evitar que se degrade por las inclemencias del tiempo. En la parte superior de la casa, no hay piedra, pues el tejado se elevó hace años y son bloques de hormigón. En este caso se le aplicará un monocapa por encima, que es excelente aislante, en color de contraste con la piedra, separado de ella mediante cenefa de ladrillo decorativa. El tejado no hay que tocarlo pues no presenta

filtraciones, y la teja está nueva. Este tejado es de tipo nave, pues está sustentado por una gran viga de lado a lado de la casa, por lo que la planta superior es totalmente diáfana.

En el interior, Decoraciones y Reformas El Baúl se encargará también de todos los servicios necesarios en albañilería, fontanería, electricidad, carpintería de madera y aluminio, suelos, cocina y baños, además de una instalación de hilo musical, con altavoces repartidos por los techos de la casa. Ésta actualmente tiene 5 habitaciones, baño y aseo, y cocina americana con comedor. Después de la reforma pasará a contar con 4 habitaciones, una de ellas con baño, aseo, y salón-cocina más grande.

En la planta baja se redistribuirán un par de habitaciones, con lo que habrá que mover dos tabiques y crear otros dos nuevos. En principio no hay problemas estructurales pues esos tabiques no son de carga. Uno de los baños se va a crear en un lugar en el que no hay tuberías cercanas. Por tanto, antes de poner los suelos nuevos, se añadirán, junto a la calefacción, tuberías hasta el nuevo baño. Y como no hay desagüe, se instalará un triturador sanitario Sanitrit que permite desaguar todas las aguas sucias del baño por tubería pequeña, conduciéndolo hasta el desagüe principal de la casa.

Con respecto a la cocina – comedor, se respetará la parte de la cocina con barra americana, pues ha sido reformada hace pocos años y tanto muebles como electrodomésticos están en plena vigencia. Pero suelos, ventanas, instalación de calefacción y eléctrica se cambiará como el resto de la casa, además de la instalación de una estufa más moderna que la actual, que permite también asar comida. Para la parte del comedor, la mesa, sillas, librería y sofá se encargará la empresa descrita a continuación.



La decoración, mobiliario y demás enseres de la casa correrán a cargo de otra empresa. Se trata de unos amigos del mismo pueblo que ya han amueblado con éxito una de las habitaciones de la casa. Se trata de Planeta Hogar – Muebles San Sotero ([www.planetahogar.com](http://www.planetahogar.com)), una empresa con más de 40 años de experiencia, que se sitúa en Madrid, pero que tiene mucha experiencia en casas de la zona para asegurar que la decoración se ajusta lo más fielmente posible al espíritu de la casa. Un toque moderno, pero que a la vez no desentone con el ambiente rural que se desea dar, serán las premisas para que los clientes disfruten de unos días inmersos en un acogedor clima rural.

La planta de arriba será la estrella y foco de atracción de la casa. Como se explica anteriormente en el apartado de producto del plan de marketing relativo a la casa, se trata de una planta diáfana. En ella se podrá disfrutar de un placentero relax leyendo un libro, viendo la tele o sirviéndose una buena bebida al calor de una chimenea francesa; o de un rato de juegos en la zona de la mesa de billar y juegos. Todo esto aderezado con unas excelentes vistas a la vega y a Peña Grande desde unas cristaleras que rodearán gran parte de la planta.

Contará esta estancia de 100 metros cuadrados diáfanos libres de tabiques con dos ambientes separados por cortinas y biombos móviles (por si se quiere unir todo en alguna celebración o reunión). Una zona será de relax con sofá, hamacas, sillones o mobiliario similar, con chimenea francesa, televisión y equipo de sonido, además de una mini nevera para bebidas, aperitivos, etc. La otra se compondrá de zona de juegos, con una mesa de billar, otra de ping-pong que ya se posee, juegos de mesa, y una mesa grande con sillas para jugar a lo que se desee (juegos de cartas, de mesa, etc.), y televisión grande con videoconsola, equipo multimedia y altavoces, que harán las delicias de los clientes más jóvenes (y no tan jóvenes), que encontrarán el espacio ideal para sus momentos de ocio. Además, todos los objetos clásicos que se encuentran por la cámara (que así se ha llamado siempre esta estancia), tales como palanganas,

tapices, radios antiguas, herramientas, o aperos de labranza, se someterán a un lavado de cara y se expondrán en lugares visibles de esta planta para deleite de los visitantes.

#### 6.2.2.Calefacción.

Uno de los puntos más importantes del proyecto es el sistema de calefacción y climatización de la casa, pues se encuentra situada en una de las zonas de España más frías y cuya temperatura media en invierno es de unos 3 grados centígrados. Una buena climatización hará que el confort en la casa sea el óptimo en cualquier momento del año, sobre todo en las épocas más duras del año, porque excepto los meses de julio y agosto, el resto del año la calefacción va a funcionar. En los meses más cálidos, la casa no va a necesitar aire acondicionado o refrigeración, pues la casa se mantiene incluso a pleno sol a unos agradables 23 grados aproximadamente en el interior.

Durante seis meses el dueño del negocio ha trabajado en Robert Bosch España S.L.U. en la división de termotecnia, para las marcas Bosch, Junkers y Buderus. Gracias a ello, el proyecto de la calefacción ha sido desarrollado por él personalmente, con la supervisión del departamento de formación y técnica, cuyos técnicos son los mejores expertos a nivel nacional e internacional en calefacción, agua caliente, sistemas solares y climatización.

Se desea que el sistema de calefacción sea novedoso, respetuoso con el medio ambiente, lo más eficiente posible y que de un nivel óptimo de confort térmico y de ACS. Tiene que ser lo suficientemente potente y robusto como para dar servicio de calefacción y ACS en un fin de semana a temperaturas bajo cero a ocho clientes dentro de la casa. Por tanto, se ha optado por un sistema combinado de solar más caldera de apoyo energético de leña, todo de las marcas del Grupo Bosch, líderes en agua caliente

y calefacción desde hace más de 100 años, lo que promete fiabilidad y un funcionamiento correcto durante su uso.

Un sistema solar térmico es una instalación energéticamente eficiente que utiliza la energía del sol como fuente de energía renovable para cubrir las necesidades de agua caliente y calefacción. Correctamente dimensionado permite ahorrar de media en un año cerca del 75% de la energía que se consume habitualmente para calentar agua sanitaria. El sistema solar térmico estará compuesto por:

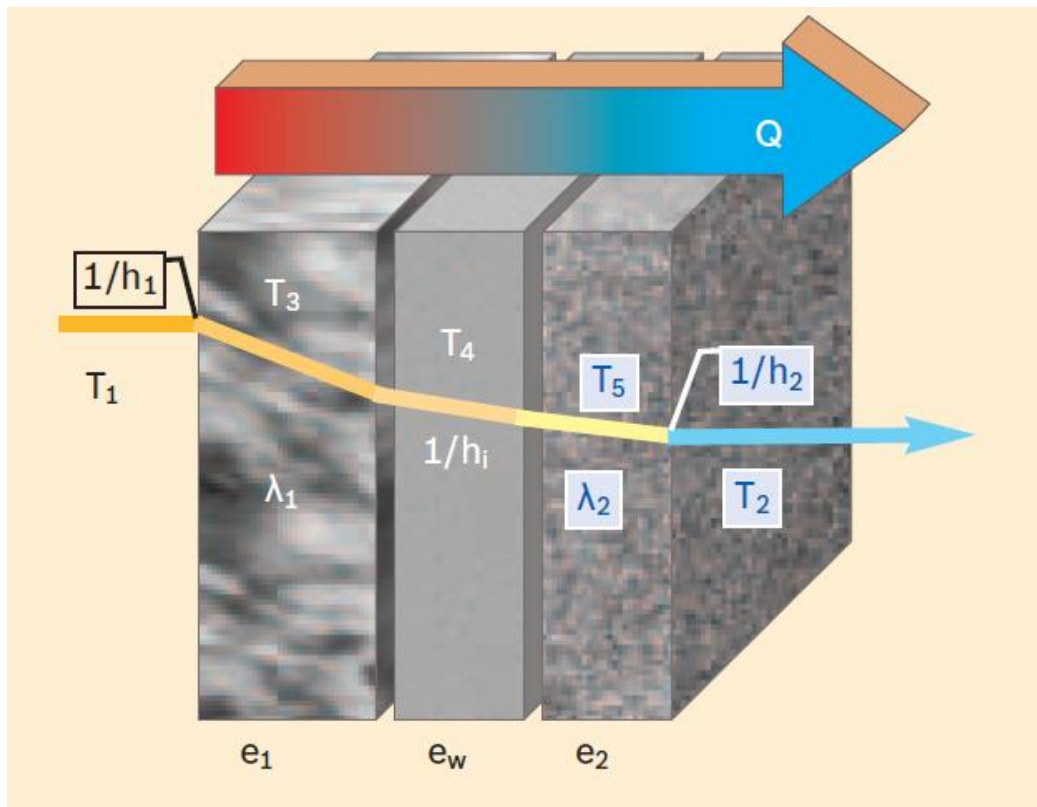
- Captador solar. Transforma la radiación solar incidente en energía térmica.
- Acumulador solar. Depósito que acumula el agua caliente hasta el momento de su utilización.
- Circuito hidráulico. Tuberías, bombas de circulación y válvulas.
- Grupo de bombeo. Incorporado en el circuito hidráulico, hace circular el fluido térmico por los tubos que conectan los captadores solares con el depósito de acumulación.
- Centralita de control. Elementos de control y regulación que garantizan el correcto funcionamiento del sistema.
- Apoyo energético. Sistemas complementarios que se activan sólo cuando las radiaciones recibidas por el captador no son suficientes para alcanzar la temperatura deseada en el depósito de almacenamiento, como por ejemplo calderas o calentadores.

El punto determinante a la hora de realizar los cálculos necesarios para la instalación de un sistema de calefacción es la demanda. Una caldera individual que suministra servicio de calefacción a una vivienda debe compensar las pérdidas de calor que existen a través de sus paredes, así como las pérdidas de calor por infiltración. Estas pérdidas de calor dependen de varios factores, agrupados básicamente en tres:

- De las condiciones interiores: de la temperatura interior de confort, que oscila de 21 °C a 23 °C; de la estancia (baños, cocinas, dormitorios)...
- De las condiciones exteriores: en especial de la temperatura exterior de cálculo según la zona climática, pero también de la exposición al viento, la orientación...
- De las condiciones de la propia vivienda: tipo de aislamientos, tipo de vivienda, superficie acristalada...

El sistema de calefacción tiene por misión reemplazar las pérdidas de calor a través de ventanas, puertas, paredes, suelos y techos. Estas pérdidas son proporcionales a la diferencia de temperatura existente entre el exterior y el interior de los locales, y a los coeficientes de transmisión de cada uno de ellos. Sumando las pérdidas de cada elemento o local, se obtienen las necesidades caloríficas del edificio. En este caso, las pérdidas vienen dadas sobre todo por las ventanas y la puerta en la planta baja, y por ventanas y tejado en la primera. En la planta baja los muros son de piedra muy gruesos, y con ventanas de rotura de puente térmico y puerta aislante se soluciona el problema. En la planta superior, se colocará aislante por todo el forjado y recubrimiento interior del tejado, y por las paredes, que recordemos no son de piedra en la mitad superior de la planta, si no de bloques de hormigón.

Figura 37. Pérdidas por calor a lo largo de distintos espesores

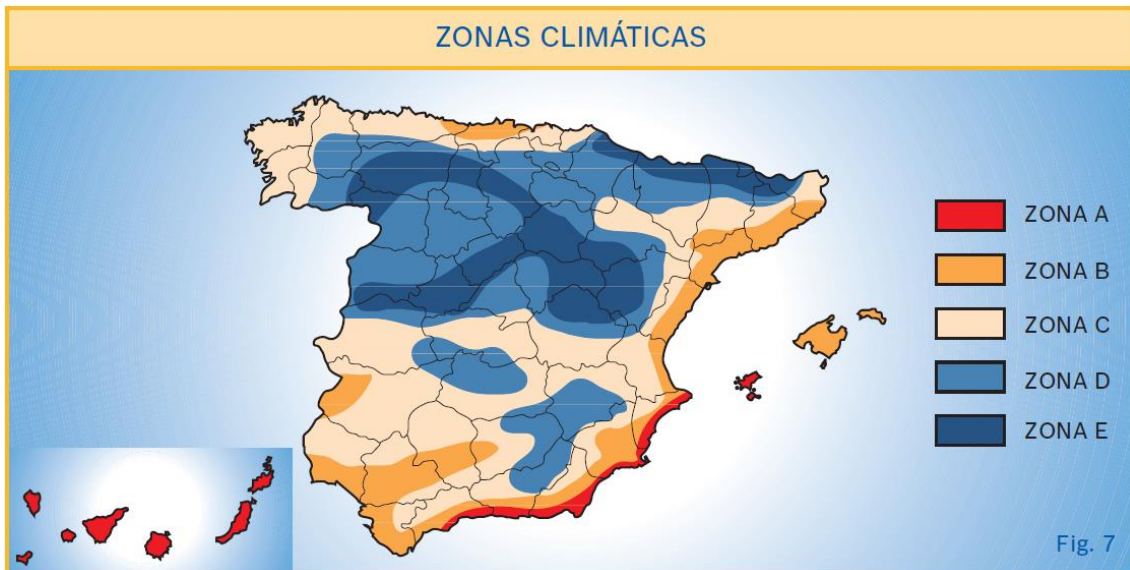


(junkers.es)

Para determinar la potencia en calefacción se recurre a un software propio de Bosch Thermotechnik después de haber calculado las pérdidas de calor. Este programa tiene en cuenta los siguientes factores:

- Zona climática. En el caso de la casa rural objeto de estudio, es la zona climática E, la más fría posible.

Figura 38. Zonas climáticas en España



(junkers.es)

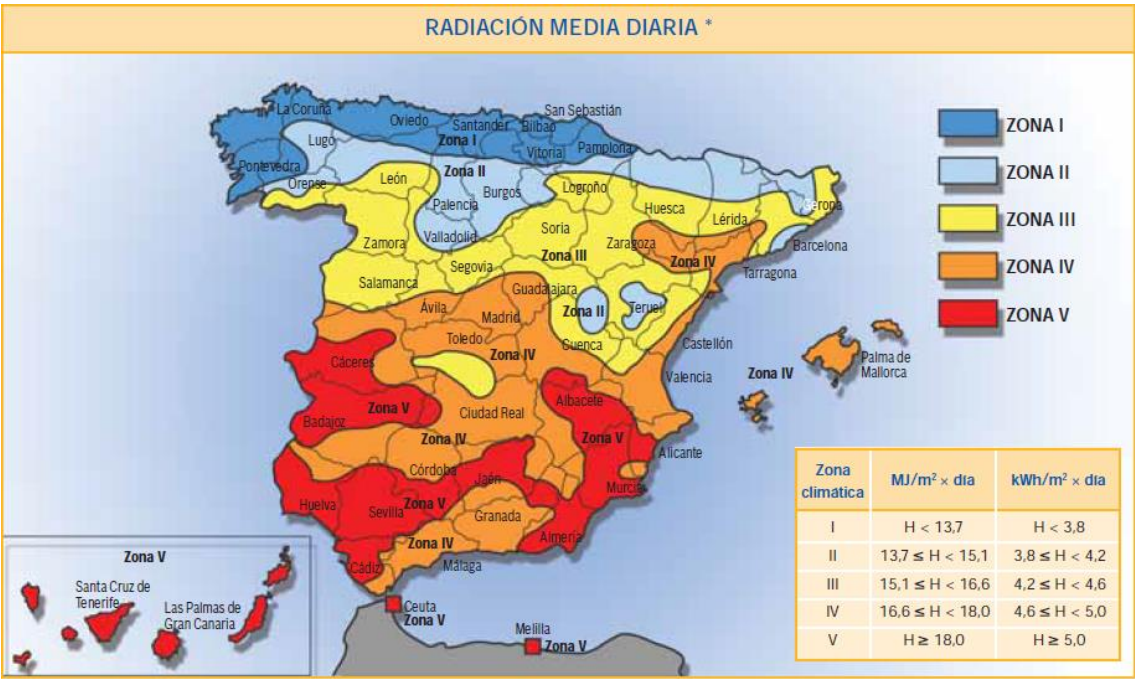
- La orientación de la vivienda. En este caso la fachada principal está orientada al sur, como lo estarán las placas solares.
- El número de paredes al exterior, siendo tres de cuatro en la casa.
- El tipo de aislamientos, en el que se considerará como aislamiento normal.

Los emisores de calor del sistema de calefacción que se van a emplear serán radiadores, que es el sistema comúnmente utilizado que aprovecha la transmisión de calor por convección. Se descarta el suelo radiante debido a la alta inercia que posee (es decir, que necesita bastante tiempo para calentar la casa, y lo que interesa es que la casa se caldee rápidamente después de haber estado cerrado tiempos prolongados) o los aerotermos o fan-coil, aptos para recintos industriales o instalaciones centralizadas, pero que son ruidosos y a mucha gente no les gusta que el aire caliente les dé directamente en el cuerpo. Habiendo elegido los radiadores como elemento emisor, entre los de hierro fundido, chapa de acero, panel de chapa de acero o de

aluminio, se elegirán esto últimos debido a que su peso es reducido, son fáciles de mantener, tienen un precio competitivo y además son elementos de reducida inercia térmica, lo que hace que tarden poco en dar el calor necesario.

Además, como parte de la instalación es solar, y también se da servicio de ACS, además de los puntos anteriores, se deben tener en cuenta otros factores como la ocupación y tipología del edificio (que mediante tablas nos indica el consumo por persona de agua y día. En este caso unos 40 litros por persona y día), y para la colocación de los paneles solares y su rendimiento, la radiación media diaria, y la inclinación y orientación del captador.

Figura 39. Radiación media diaria



(junkers.es)

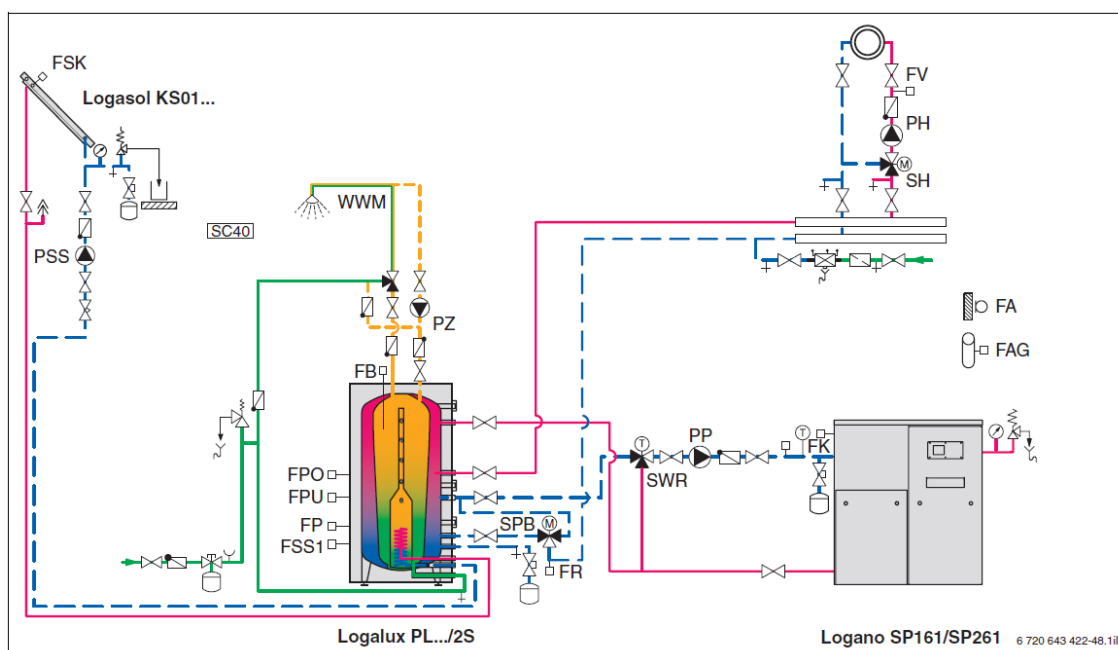
La casa se encuentra en una zona de radiación media diaria tirando a baja, lo que hace que si se desea aprovechar la energía solar al máximo, haya que ser preciso con los cálculos para dimensionar correctamente la instalación.

Con todo lo anteriormente expuesto, los técnicos llegaron a las siguientes conclusiones:

- Son dos plantas de 100 metros cuadrados, con 7 ventanas y puerta de entrada abajo, y cuatro ventanas más un ventanal arriba. La potencia necesaria para dar servicio a la casa es de 40 kW (37'5 reales en calefacción).
- El sistema de apoyo elegido es una caldera de pie Junkers Supraclass Comfort-S de 40 kW, que funciona con combustibles económicos como carbón, coque, madera y leña. Esto, junto con el sistema solar, hace que nuestra instalación sea tremendamente ecológica y altamente eficiente.
- Los cálculos se han realizado primero teniendo en cuenta el aporte solar y las necesidades de ACS y calefacción. Ello ha dado como resultado que son necesarios tres paneles solares en el tejado (orientación sur, evidentemente). A partir de ahí, la caldera da apoyo, no son necesarios cálculos más complejos.
- El esquema de instalación sería el siguiente:



**Figura 40. Esquema resultante de la instalación de ACS y calefacción**



(buderus.es)

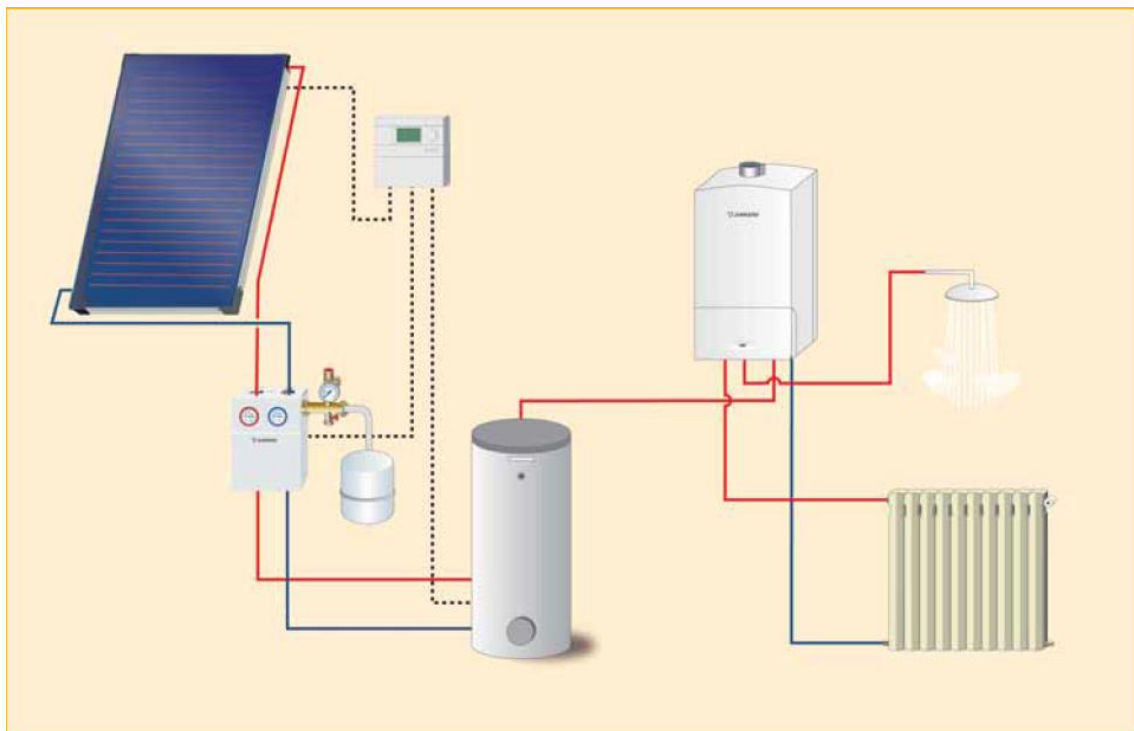
Tres paneles calientan el circuito primario que llega a un depósito tank in tank de 1000 litros de capacidad. Este depósito funciona de la siguiente manera: el fluido caloportador llega de los paneles a un serpentín que cede su calor un depósito interno de ACS. A su vez, el calor de esta agua se cede como apoyo al agua de calefacción que rodea al depósito de ACS. Cuando la caldera funciona, lo que calienta es el agua de secundario o de calefacción, que a su vez por baño maría calienta el depósito de ACS. De ahí el nombre de tank in tank, porque es un tanque dentro de otro.

La legislación vigente no permite que los paneles solares calienten directamente la calefacción y el ACS como es en este caso. O a través de un intercambiador se calienta el ACS, o a través de un interacumulador entonces se presta servicio a calefacción, pero no de esta manera. Pero este caso sí se puede realizar este esquema altamente eficiente porque la caldera es de energías renovables (leña), y

entonces sí está permitido, ya que las emisiones de CO2 están compensadas y la legislación lo permite. Además, con este esquema no se corta la calefacción cuando hay demanda de ACS en cualquier punto de servicio.

En el siguiente esquema se puede ver un dibujo más esquemático y sencillo de entender de la instalación:

**Figura 41. Esquema resumen instalación ACS y calefacción**



(junkers.es)

La instalación contará con el siguiente equipamiento:

- 3 captadores Junkers FKT-2 S de colocación vertical en tejado para teja árabe. No necesitarán soporte extra más allá de las fijaciones y bastidor, puesto que el tejado es inclinado.

- Caldera Junkers Supraclass Comfort S – 40 de 40 kW. Combustible de leña, coque o carbón.
- Acumulador Buderus Logalux PL1000/2S de 1000 litros de capacidad.
- Controlador solar Junkers TDS 100.
- Grupo de bombeo solar AGS 10 con válvulas anti-retorno, bomba, purgador y caudalímetro.
- Demás elementos secundarios: líquido solar Tyfocor L, vasos de expansión, conexiones, tuberías, valvulería...

Todo ello permitirá que se cumpla la norma HE4 del CTE para la contribución solar mínima del ACS, que regula la fracción solar que debe de aportar el sistema solar a la casa, que va a rondar el 75% o más, bastante por encima de lo que marca la norma.

Para finalizar el apartado de calefacción, mencionar que esta caldera con una carga de combustible al día en circunstancias normales, debido al alto grado de apoyo de los paneles solares, va a ser suficiente para funcionar un día completo. En verano la caldera no se va a encender porque para el ACS se sobran los paneles, y en primavera y otoño, excepto los días más frescos, la caldera también permanecerá apagada porque hay apoyo de calefacción por parte de los paneles solares. Es más, en verano, aunque hay derivación del calor de los paneles al acumulador para que no haya riesgo de sobrecalentamiento, igual es necesario tapar un panel solar, aunque eso se vería en su momento, ya que la radiación de la zona no es muy elevada. Y en invierno, el apoyo de tres paneles hace que sólo en circunstancias de tiempo muy extremas y de mucho frío, sean necesarias dos cargas al día.

Otro motivo para elegir esta caldera además de por su evidente ecología y rendimiento de uso, fue el hecho de que el cliente en invierno va a ser el que deba rellenar la caldera de leña. Se le colocará una pila de leños al lado de la caldera, y explicándole su funcionamiento previamente, él mismo deberá rellenarla (aunque si así lo pide por el motivo que sea, se le rellenará gustosamente), al estilo clásico de vida en este tipo de zonas rurales.

Y por último, el mantenimiento de toda la instalación se hará por el dueño del negocio personalmente, lo cual es relativamente fácil dada la simplicidad técnica del esquema resultante. Estas operaciones consistirían en tapar en verano alguno de los paneles solares en función de la demanda, para que no se produzca el bloqueo del sistema por evaporación, la purga del circuito de calefacción anualmente, comprobación de las presiones en los circuitos primario y secundario, revisión de posibles fugas, etc. El sistema es robusto y las posibilidades de fallo son muy bajas; con un mantenimiento adecuado y puntual, el sistema está diseñado para aguantar muchos años de servicio sin problemas. La operación más habitual a realizar en el funcionamiento del sistema será la del llenado de combustible de la caldera, y su limpieza periódica.

## 7. RECURSOS HUMANOS.

El apartado referente a recursos humanos prácticamente ha sido explicado en los epígrafes anteriores, pues es algo muy sencillo y que no conlleva mucha dificultad. La gestión de la casa va a ser familiar, como un negocio de apoyo a los ingresos principales de la familia, y va a ser el propietario personalmente el que lleve la gestión íntegra de la casa. De estos ingresos lo único que se va a descontar (obviando gastos por supuesto) es el salario del empleado que se va a tener.

La casa se encuentra a algo más de 200 kilómetros de la vivienda habitual en Madrid, lo que viene a ser unas dos horas de trayecto en coche. No es muy rentable tener que ir y venir para recibir y despedir a los clientes, tanto económicamente como en tiempo empleado para ello. Es por eso que una persona que desde siempre vive en Ventosa y que actualmente no trabaja, va a ser la encargada de recibir y despedir a los clientes, sobre todo en las reservas que no conlleven nada más allá de la estancia en la propia casa. Cuando la reserva sea más compleja y se necesiten desayunos, excursiones o diferentes preparativos, se acudirá allí en persona, para supervisar todo. En ese periodo de tiempo el propietario se alojará en la casa del empleado, ya que vive solo y dispone de todo lo necesario para alojarse en ella y preparar lo necesario para la casa.

El contrato que se le realizaría sería uno de obra y servicio, al igual que al resto de colaboradores eventuales que darán cursos o realizarán excursiones o actividades con los clientes de la casa. Este contrato es de la siguiente forma:

*“Es el que se concierta para la realización de una obra o prestación de un servicio, con autonomía y sustantividad propia dentro de la actividad de la empresa y*

*cuya ejecución, aunque limitada en el tiempo, sea en principio de duración incierta. Los convenios sectoriales estatales y de ámbito inferior, incluidos los convenios de empresa, podrán identificar aquellos trabajos o tareas que pueden cubrirse con estos tipos de contratos.”*

La duración de este contrato es por el tiempo exigido para la realización de la obra o servicio. Se realizará este tipo de contrato porque desafortunadamente pueden pasar semanas sin que haya nada de trabajo, y el contrato es por el servicio de mantenimiento y atención al cliente de la casa. Este contrato no puede tener una duración mayor a tres años; cuando se llegue a esas fechas, se estudiará qué tipo de contrato se aplicaría al empleado, aunque en principio debe pasar a ser indefinido, aunque sea por unas pocas horas semanales. La jornada sería a tiempo parcial, con un contrato de ciertas horas mensuales, a fijar cuando se inicie.

Para el resto de eventuales colaboradores con la casa, se contará con el mismo tipo de contrato, solo que de menor duración. Por ejemplo, en verano, las expertas en manualidades y arts & crafts residen en Ventosa, con lo que se haría el contrato en función de las reservas que pidieran los clientes. Si nadie solicita el servicio, no se realiza el contrato. Además, para la mayoría de excursiones que no sean excesivamente técnicas en su desarrollo, como se explica en la parte de producto, personalmente el propietario será el encargado de realizarlas. Con esto y la ayuda de la familia, el negocio saldrá adelante de una forma eficiente y con unos gastos contenidos.

## **8. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO.**

El plan económico financiero es la última gran parte a tratar en un proyecto de negocio. En este caso, por ser un negocio cuyas necesidades económicas no son muy elevadas más allá de la inversión inicial, y como unidad de ingresos adicional a la fuente principal de ingresos familiar, se podría pensar que es menos importante detallar a fondo este epígrafe. Lo cierto es que siendo así, al final un negocio está pensado para ganar dinero, para ser rentable, y aunque el fin de este negocio es simplemente sacarle el mayor rendimiento a una casa en la que de todas formas se iba a invertir el mismo dinero se convierta en negocio o no, es necesario el valorar si va a ser rentable, qué márgenes se tienen y si es rentable comenzar la aventura de abrir un negocio nuevo en tiempos de recesión económica en cuesta mucho esfuerzo sacar adelante una nueva PYME.

Para ello, primero se empezará por describir los ingresos y los gastos de la empresa, así como las inversiones necesarias para arrancar el negocio. Posteriormente se trata la tesorería del primer año de desarrollo del negocio, para continuar presentando las cuentas de resultados y los balances correspondientes a los cinco primeros años de explotación de la casa. El plan económico se va a elaborar teniendo en cuenta dos posibles escenarios de negocio, uno realista y otro pesimista, para poder tener una mejor visión del resultado final. Por último, se realizará un estudio de rentabilidad para comprobar los resultados anuales de la empresa y su viabilidad.

## 8.1. INGRESOS.

En este apartado se realiza una estimación de los ingresos esperados en la empresa a lo largo de los cinco primeros años de funcionamiento, en los dos escenarios propuestos (realista y pesimista), comenzando la actividad el 1 de enero de 2015. Los ingresos se han estimado teniendo en cuenta toda la información mostrada en el capítulo *Plan de Marketing*, donde se tratan los objetivos y los niveles esperados de ocupación de la casa, estableciéndose el precio de todos los servicios, todo ello basado a su vez en el capítulo *Análisis del entorno y del mercado*, en donde se muestran datos de otras empresas similares, servicios, demanda del sector y datos históricos, etc.

Los ingresos del negocio se producen mayoritariamente por el alquiler íntegro de la casa, siendo los fines de semana, puentes y los meses de julio y agosto el núcleo de facturación más grande, siendo los días sueltos de diario que los clientes añaden a su estancia o el pago de alguna actividad o servicio ofrecido por la casa, ingresos de menor peso en el cómputo final.

Se espera que los ingresos anuales vayan aumentando a medida que el negocio se va desarrollando, incrementándose el volumen de facturación en los dos escenarios propuestos. En las proyecciones financieras que se muestran a continuación, se puede comprobar que de 2015 a 2016, y de 2017 a 2018 se produce un crecimiento de los ingresos, quedándose estable en 2017 y 2019 respecto al año precedente. De esta manera se pretende simplificar los cálculos y estimaciones realizadas, y tener una visión lo más realista del negocio posible, ya que en la situación actual del mercado, es probable que en dos años consecutivos la demanda se mantenga constante y no aumente.



Todo el plan financiero se ha realizado con precios sin IVA, y particularizando para los dos escenarios propuestos.

#### ESCENARIO REALISTA.

En el escenario realista se van a mostrar los ingresos esperados y más ajustados a la realidad posible, que se pueden suponer en condiciones de funcionamiento del negocio y del mercado normales. Se trata de ingresos moderados muy ajustados a la realidad del mercado y que serán los que con más probabilidad se darán durante el transcurso del funcionamiento del negocio. Los ingresos extras se deben fundamentalmente a actividades de verano y alguna excursión que requiera de acompañante.

Los ingresos anuales para los cinco primeros años de funcionamiento realista del negocio se recogen en la siguiente tabla:

**Tabla 7. Ingresos anuales en escenario realista (€)**

	<b>Año 2015</b>	<b>Año 2016</b>	<b>Año 2017</b>	<b>Año 2018</b>	<b>Año 2019</b>
Alquiler casa	14.990,00 €	16.869,00 €	16.869,00 €	18.607,00 €	18.607,00 €
Extras	180,00 €	180,00 €	180,00 €	200,00 €	200,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>15.170,00 €</b>	<b>17.049,00 €</b>	<b>17.049,00 €</b>	<b>18.807,00 €</b>	<b>18.807,00 €</b>

#### ESCENARIO PESIMISTA.

La situación pesimista se recoge debido a que siempre se pueden dar momentos de negocio y de mercado difíciles y con un volumen de negocio y unos ingresos por debajo de lo esperado. En estos casos contar con una previsión de este

tipo ayuda a afrontar mejor los posibles contratiempos de un negocio trabajando por debajo de sus posibilidades.

Los ingresos anuales para los cinco primeros años de funcionamiento pesimista del negocio se recogen en la siguiente tabla:

**Tabla 8. Ingresos anuales en escenario pesimista (€)**

	<b>Año 2015</b>	<b>Año 2016</b>	<b>Año 2017</b>	<b>Año 2018</b>	<b>Año 2019</b>
Alquiler casa	11.013,00 €	13.248,00 €	13.248,00 €	14.846,00 €	14.846,00 €
Extras	0,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>11.013,00 €</b>	<b>13.348,00 €</b>	<b>13.348,00 €</b>	<b>14.946,00 €</b>	<b>14.946,00 €</b>

## **8.2. GASTOS.**

Para tener un buen control del negocio, es necesario estimar los gastos en los que va a incurrir la empresa. Se han determinado preguntando a los proveedores, consultando en internet, solicitando presupuestos, etc., para de esta manera considerar todos los costes que afectan al funcionamiento de la empresa y calcular de la forma más realista posible los gastos que se van a tener que afrontar.

La mayoría de los gastos que se van a generar en el negocio tienen relación directa con el nivel de servicio que va a tener la casa, es decir, con el grado de ocupación que presenta a lo largo del año, por lo que van a ser costes variables en función del volumen de negocio. Sin embargo, también hay algunos gastos independientes de la facturación a tener en cuenta como costes fijos.

## GASTOS FIJOS.

Estos gastos son independientes del escenario que se plantee, ya sea realista o pesimista, porque son gastos que no vienen dados por el volumen de negocio, y que en cualquier caso se van a dar en el desarrollo del negocio.

Los gastos que entran en esta definición son los relativos a los impuestos a pagar por la casa, el desarrollo de la publicidad y la página web (el mayor desembolso se realiza el primer año), el seguro de la casa, o la cuota de autónomos. Se debe tener en cuenta que para los dos primeros años de beneficios el Impuesto de Sociedades es del 15%, subiendo a partir de ahí al 25% como se detalla en *Elección de la forma jurídica de la empresa*. Además, también se debe tener en cuenta que a partir del segundo año el gasto por la creación de la página web se transforma en su mantenimiento, con lo que ese gasto particular disminuye.

La cuota de autónomos es una tarifa plana puesta en marcha por el Gobierno desde 2013 para nuevos emprendedores menores de 30 años (BOE, Ley 14/2013 de 27 de septiembre), siendo las cuotas a pagar las siguientes:

- Meses 1 al 6: 80% de reducción de la cuota, con lo que con las bases y tipos de 2015 se queda en 53,07€.
- Meses 7 al 12: 50% de reducción durante el segundo semestre, que se quedaría en 2015 en 131,36€.
- Meses 13 al 18: 30% de reducción durante este semestre, quedándose la cuota en 183,55€.

Además, los jóvenes emprendedores menores de 30 años y las mujeres menores de 35 se benefician de la siguiente bonificación adicional:

- Meses 19 al 30: 30% de bonificación adicional durante los 12 meses siguiente, con lo que la cuota se mantendría en 183,28€.
- A partir del mes 31: 262,5€.

La estimación de estos gastos para los cinco primeros años de negocio, se refleja en la siguiente tabla:

**Tabla 9. Gastos fijos anuales (€)**

CONCEPTO	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Autónomos	1.104,00 €	2.208,00 €	2.682,00 €	3.156,00 €	3.156,00 €
Web	772,00 €	276,00 €	276,00 €	276,00 €	276,00 €
Mantenimiento	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €
IBI + basuras	173,00 €	173,00 €	173,00 €	173,00 €	173,00 €
Seguro de la casa	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>2.399,00 €</b>	<b>3.007,00 €</b>	<b>3.481,00 €</b>	<b>3.955,00 €</b>	<b>3.955,00 €</b>

#### GASTOS VARIABLES.

Los gastos que se representan como gastos variables son aquellos que se relacionan directamente con el volumen de negocio de la empresa, de los clientes que acudan a la casa y necesiten de sus servicios. Por el tipo de negocio que resulta ser una empresa de alojamiento rural, los costes que para otro tipo de negocio serían fijos, aquí aparecen como variables. Esto se debe a que si en una temporada no aparecen clientes, o la casa está llena, los gastos varían sustancialmente de un supuesto a otro, ya que las necesidades de funcionamiento del negocio no son iguales.

Estos gastos variables que dependen de la ocupación de la casa son aquellos que dependen de ser suministrados en función del consumo que se haga de ellos, y también el gasto de personal, ya que la persona contratada sólo se le destina su salario en función de los clientes que reciba la casa y las horas que haya realizado al mes.

Por tanto, los gastos variables, al depender del volumen de negocio, se muestran desglosados por año para los cinco primeros años de funcionamiento, y diferenciados para las dos situaciones planteadas. La estimación de estos gastos se refleja en las siguientes tablas:

**Tabla 10. Gastos variables anuales en escenario realista (€)**

CONCEPTO	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Luz	1.040,00 €	1.170,00 €	1.170,00 €	1.220,00 €	1.220,00 €
Agua	79,00 €	87,00 €	87,00 €	93,00 €	93,00 €
Calefacción	270,00 €	360,00 €	360,00 €	400,00 €	400,00 €
Empleado	2.500,00 €	2.925,00 €	2.925,00 €	3.050,00 €	3.050,00 €
Otros	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>3.989,00 €</b>	<b>4.642,00 €</b>	<b>4.642,00 €</b>	<b>4.863,00 €</b>	<b>4.863,00 €</b>

**Tabla 11. Gastos variables anuales en escenario pesimista (€)**

CONCEPTO	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Luz	720,00 €	910,00 €	910,00 €	1.040,00 €	1.040,00 €
Agua	54,00 €	70,50 €	70,50 €	79,50 €	79,50 €
Calefacción	220,00 €	280,00 €	280,00 €	320,00 €	320,00 €
Empleado	1.850,00 €	2.275,00 €	2.275,00 €	2.600,00 €	2.600,00 €
Otros	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>2.944,00 €</b>	<b>3.635,50 €</b>	<b>3.635,50 €</b>	<b>4.139,50 €</b>	<b>4.139,50 €</b>

### 8.3. INVERSIÓN Y AMORTIZACIONES.

La inversión inicial es aquel desembolso económico que se debe realizar en el negocio antes de comenzar la actividad, y que dotará a la empresa de los requerimientos necesarios para su correcto funcionamiento, siendo esta inversión amortizada durante el tiempo que sea determinado.

En este negocio, la principal inversión a realizar es la reforma de la casa, junto con su decoración y mobiliario necesario, y el sistema de calefacción. Todo ello es necesario para acondicionar la casa a la normativa vigente, y procurar el máximo confort a los futuros huéspedes, además de otorgarles un servicio y una casa innovadora y diferente al resto. A continuación, se desglosa la inversión inicial explicada anteriormente:

- Reforma general. Con un coste final de 32.300€, es el desembolso más grande ya que se reforma la casa completamente. En la factura que se adjunta en el anexo aparece el precio con IVA, y además figuran partidas como la de aluminio o armarios que realmente son mucho más bajas debido a que la casa ya dispone de esas reformas realizadas. También se encuentran incluidos los trabajos del exterior de la fachada y la instalación de todo el circuito de calefacción y ACS. La empresa de reformas ha aplicado un 15% de descuento sobre la tarifa final para llegar a los 32.300€ indicados.
- Decoración. Coste de 6.580€. En esta partida aparecen todos los enseres, decoración y demás mobiliario no incluido en la reforma para todas las estancias y habitaciones. Camas nuevas necesarias, estufa, librería, mesa, sillas, vajilla y sofá en el salón-comedor; chimenea, sofás, biombos, sillón, alfombras, mesa y sillas para la planta de arriba. También se incluye en esta partida una mesa de billar, algunos juegos de mesa y un extintor para cada planta como pide la normativa.

- Calefacción. Coste de 5.070€. Los precios que se indican a continuación, llevan el máximo descuento posible por haber sido empleado en Bosch, que según el producto es mayor o menor. El precio final de cada elemento sería:
  - 3 captadores solares Junkers FKT-2 S. 1.240€.
  - Caldera Junkers Supraclass Comfort S – 40. 1.400€.
  - Acumulador Buderus Logalux PL1000/2S. 1.650€.
  - Controlador solar Junkers TDS 100. 130€.
  - Grupo de bombeo solar Junkers AGS 10. 240€.
  - Demás elementos: 410€.

Contabilizando todo lo anteriormente expuesto, la inversión inicial estimada asciende a 43.950€, desglosados en los tres puntos anteriores. En la siguiente tabla se muestra un resumen de lo citado anteriormente:

**Tabla 12. Inversión inicial (€)**

CONCEPTO	Año 2015
Reforma	32.300,00 €
Decoración	6.580,00 €
Calefacción	5.070,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>43.950,00 €</b>

Esta inversión se debe amortizar en distintos periodos de tiempo según unas tablas que marcan la velocidad con la que se deprecian los activos. Esta amortización puede ser lineal (cada año que pasa se amortiza la misma cantidad), progresiva (cada año que pasa la amortización es mayor), o regresiva (cada año que pasa la amortización es menor). En este caso se considera que la amortización a realizar con las inversiones realizadas en la empresa se lleva a cabo de forma lineal durante la vida útil de los activos.

En la siguiente tabla se observa la amortización que se va a realizar todos los años, con el porcentaje de amortización, y la cantidad total de amortización anual que se va a efectuar:

**Tabla 13. Amortización anual de la inversión (€)**

CONCEPTO	VIDA ÚTIL	% AMORTIZACIÓN ANUAL	INVERSIÓN INICIAL	AMORTIZACIÓN ANUAL
Reforma	20 años	5%	32.300,00 €	1.615,00 €
Decoración	10 años	10%	6.580,00 €	658,00 €
Calefacción	20 años	5%	5.070,00 €	253,50 €
<b>TOTAL</b>				<b>2.526,50 €</b>

(Fuente: [www.agenciatributaria.es](http://www.agenciatributaria.es). Tabla de amortización simplificada)

## 8.4. FINANCIACIÓN.

A la hora de decidir cuál sería la forma de financiación idónea para comenzar el desarrollo de la empresa, se han estudiado varias opciones para poder determinar cuál es la mejor manera de financiar el nuevo negocio.

La inversión inicial asciende a 43.950€, de los cuales según se explica en el apartado *Ayudas y Subvenciones*, el 25,92% se recibe en forma de subvención, lo que supone una cantidad de 11.391€ que se percibirán por parte de las instituciones públicas. El resto, unos 32.600€, es el capital que se deberá financiar personalmente o por otros medios con compromiso de devolución a corto o largo plazo.



Tras un estudio inicial previo para determinar las opciones más favorables, se acude al Banco Santander, en donde se explican las opciones de financiación posibles, con las ventajas e inconvenientes de cada una. La cantidad a financiar tomada como ejemplo serían 30.000€, mostrándose a continuación las siguientes opciones de financiación:

- Préstamo Compromiso, a un interés del 12,5%, plazo de 4 años.
- Préstamo Línea ICO 2014, a un interés del 6,5%, plazo de 5 años.
- Préstamo hipotecario, a un interés del 3%, plazo de 5 años.

Los intereses a pagar en los tres préstamos son altos, y el préstamo hipotecario que es el que tiene menor interés, conlleva la posibilidad de que si se dan circunstancias desfavorables, se debe responder con la propia vivienda. Y aunque la cantidad de dinero prestada no es muy elevada, se decide que la financiación sea aportada íntegramente por los socios de la empresa, ya que se dispone de ese dinero más un colchón suficiente para poder afrontar imprevistos, y así también se produce un ahorro considerable de dinero en intereses a pagar.

## **8.5. TESORERÍA DEL PRIMER AÑO.**

El primer año de un negocio nuevo es el más crítico de su existencia, pues es cuando más dificultades se encuentra para salir adelante, atraer a los clientes y comenzar a desarrollar el negocio en sí mismo. Es por ello que se debe contabilizar correctamente los ingresos y los gastos, y comenzar con un dinero en caja suficiente para poder hacer frente a todos los pagos que se realizan a lo largo del año. La reforma integral de la casa rural y los gastos de constitución como empresa se comienza cuatro meses antes de la apertura al público del negocio.

Por tanto, el 1 de septiembre de 2014 empiezan las obras y se establece la sociedad que da forma jurídica a la empresa. A 31 de diciembre de 2014 se ha pagado íntegramente la reforma a las empresas involucradas en la reforma y acondicionamiento del alojamiento, ya que ya se ha producido también el ingreso de la correspondiente subvención, y se establece una cantidad inicial de caja de 1.800€ para afrontar los primeros meses de negocio con un margen suficiente para hacer frente a posibles imprevistos o gastos extras. En este negocio, todos los pagos se realizan en el momento en el que se generan, así como los ingresos, que también se reciben en el instante en el que se ofrece el servicio al cliente.

En este punto se muestra el balance inicial de la empresa a 1 de septiembre de 2014, momento en el que se establece la empresa, con una pequeña cuenta de resultados que permite tener una imagen inicial del proyecto.

**Tabla 14. Balance a 1 de septiembre de 2014, inicio de la empresa (€)**

ACTIVO		PASIVO	
<i>ACTIVO NO CORRIENTE</i>		<i>NO EXIGIBLE</i>	
Reforma integral de la casa	43.950,00 €	Capital	46.350,00 €
Gastos constitución	600,00 €		
<i>ACTIVO CORRIENTE</i>			
Caja	1.800,00 €		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>46.350,00 €</b>	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>46.350,00 €</b>

**Tabla 15. Cuenta de resultados a 31 de diciembre de 2014 (€)**

CONCEPTO	Año 2014
Capital	46.350,00 €
<b>TOTAL INGRESOS (+)</b>	<b>46.350,00 €</b>
Gastos reforma	43.950,00 €
Gastos constitución	600,00 €
<b>TOTAL GASTOS (-)</b>	<b>44.550,00 €</b>
<b>RESULTADO (=)</b>	<b>1.800,00 €</b>

Los 1.800€ que figuran en la cuenta de resultados, son los que se van a dedicar a la caja inicial de la empresa, para disponer de dinero suficiente y afrontar con garantías los primeros meses de desarrollo del negocio. En este periodo no se tiene en cuenta ningún tipo de amortización; las amortizaciones se producen cuando la casa comienza a estar operativa.

En las siguientes tablas se encuentra reflejada la tesorería del primer año de negocio para los dos escenarios planteados, comprobándose que no van a existir problemas de tesorería en ninguno de los dos casos:

**Tabla 16. Tesorería primer año, escenario realista (€)**

		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Caja 1 enero 2015	1800													
Ingresos alquiler		272	644	1098	998	1389	1579	1700	2400	1216	1207	1098	1389	14990
Otros ingresos							90	90						180
Ingresos totales		272	644	1098	998	1389	1579	1790	2490	1216	1207	1098	1389	15170
Luz			70		150		190		280		180		170	1040
Agua (desglosada por mes)		1,5	4	6	5	7	7,5	9	12	7	7	5	8	79
Calefacción				135						135				270
Empleado		50	125	200	150	225	250	300	400	225	200	175	200	2500
Autónomos		53	53	53	53	53	53	131	131	131	131	131	131	1104
Web		772												772
Mantenimiento				50				50			50			150
IBI + basuras							173							173
Seguro casa			200											200
Otros gastos								50	50					100
Gastos totales		876,5	452	444	358	285	673,5	540	873	498	568	311	509	6388
Caja		1195,5	1387,5	2041,5	2681,5	3785,5	4691	5941	7558	8276	8915	9702	10582	10582

**Tabla 17. Tesorería primer año, escenario pesimista (€)**

		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Caja 1 enero 2015	1800													
Ingresos alquiler		272	372	1026	726	998	907	1400	2000	544	907	935	926	11013
Otros ingresos														
Ingresos totales		272	372	1026	726	998	907	1400	2000	544	907	935	926	11013
Luz			40		120		120		220		100		120	720
Agua (desglosada por mes)		1,5	1,5	4,5	4,5	4,5	4,5	7	9,5	3	4,5	4,5	4,5	54
Calefacción				110						110				220
Empleado		50	50	150	150	150	150	250	350	100	150	150	150	1850
Autónomos		53	53	53	53	53	53	131	131	131	131	131	131	1104
Web		772												772
Mantenimiento				50				50			50			150
IBI + basuras							173							173
Seguro casa			200											200
Otros gastos								50	50					100
Gastos totales		876,5	344,5	367,5	327,5	207,5	500,5	488	760,5	344	435,5	285,5	405,5	5343
Caja		1195,5	1223	1881,5	2280	3070,5	3477	4389	5628,5	5828,5	6300	6949,5	7470	7470

## 8.6. CUENTAS DE RESULTADOS.

La cuenta de resultados, o también llamada de pérdidas y ganancias, se realiza para determinar los resultados de una empresa, con independencia de si los ingresos se han cobrado o los gastos se han pagado. Esta cuenta de resultados es el documento que informa del resultado de la gestión de la empresa como consecuencia de las operaciones ordinarias (ingresos y gastos) que realizada de forma continuada, y de las cuales se obtiene un resultado. Esta cuenta se realiza al final de cada ejercicio para mostrar la rentabilidad de la empresa durante ese ejercicio.

### ESCENARIO REALISTA.

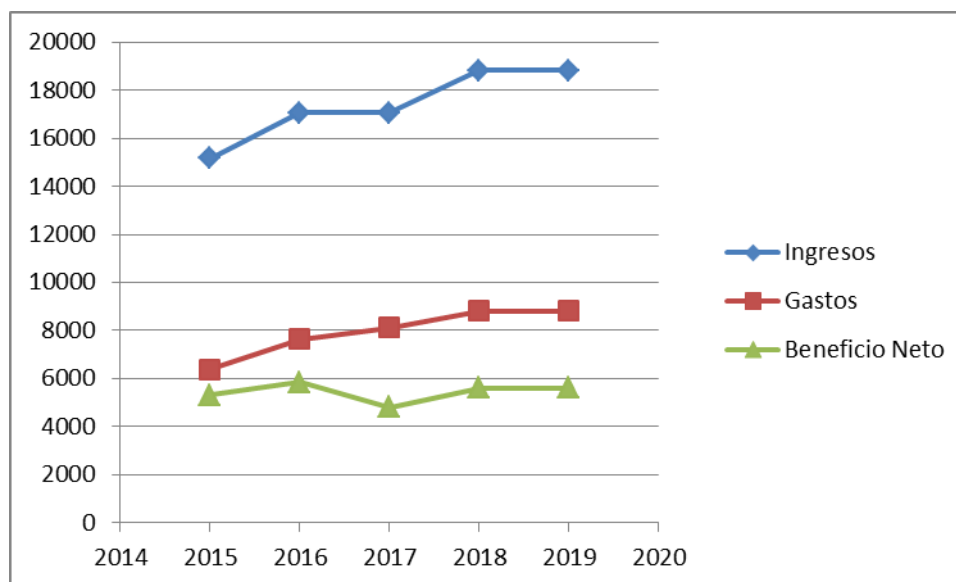
En la siguiente tabla se muestran las cuentas de resultados para los cinco primeros años de funcionamiento de la empresa en una situación realista:

**Tabla 18. Cuentas de Resultados, escenario realista (€)**

CONCEPTO	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Ingresos alquiler casa	14.990,00 €	16.869,00 €	16.869,00 €	18.607,00 €	18.607,00 €
Ingresos extras	180,00 €	180,00 €	180,00 €	200,00 €	200,00 €
<b>TOTAL INGRESOS (+)</b>	<b>15.170,00 €</b>	<b>17.049,00 €</b>	<b>17.049,00 €</b>	<b>18.807,00 €</b>	<b>18.807,00 €</b>
Luz	1.040,00 €	1.170,00 €	1.170,00 €	1.220,00 €	1.220,00 €
Agua	79,00 €	87,00 €	87,00 €	93,00 €	93,00 €
Calefacción	270,00 €	360,00 €	360,00 €	400,00 €	400,00 €
Empleado	2.500,00 €	2.925,00 €	2.925,00 €	3.050,00 €	3.050,00 €
Otros gastos	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €
Autónomos	1.104,00 €	2.208,00 €	2.682,00 €	3.156,00 €	3.156,00 €
Web	772,00 €	276,00 €	276,00 €	276,00 €	276,00 €
Mantenimiento	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €
IBI + basuras	173,00 €	173,00 €	173,00 €	173,00 €	173,00 €
Seguro de la casa	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €
<b>TOTAL GASTOS (-)</b>	<b>6.388,00 €</b>	<b>7.649,00 €</b>	<b>8.123,00 €</b>	<b>8.818,00 €</b>	<b>8.818,00 €</b>
<b>EBITDA (=)</b>	<b>8.782,00 €</b>	<b>9.400,00 €</b>	<b>8.926,00 €</b>	<b>9.989,00 €</b>	<b>9.989,00 €</b>
Dotación amortización (-)	2.526,50 €	2.526,50 €	2.526,50 €	2.526,50 €	2.526,50 €
<b>BAIT (=)</b>	<b>6.255,50 €</b>	<b>6.873,50 €</b>	<b>6.399,50 €</b>	<b>7.462,50 €</b>	<b>7.462,50 €</b>
Gastos financieros (-)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>BAT (=)</b>	<b>6.255,50 €</b>	<b>6.873,50 €</b>	<b>6.399,50 €</b>	<b>7.462,50 €</b>	<b>7.462,50 €</b>
Impuesto de Sociedades (-)	938,33 €	1.031,00 €	1.599,80 €	1.866,00 €	1.866,00 €
<b>Beneficio Neto (=)</b>	<b>5.317,18 €</b>	<b>5.842,50 €</b>	<b>4.799,70 €</b>	<b>5.596,50 €</b>	<b>5.596,50 €</b>

En el siguiente gráfico se puede comprobar la evolución de los ingresos, gastos y beneficio neto en la situación realista:

**Figura 42. Evolución ingresos, gastos y Beneficio Neto, escenario realista (€)**



En este gráfico se puede comprobar cómo los ingresos y los gastos evolucionan de forma aproximadamente lineal, ya que el volumen de negocio también va creciendo poco a poco. El Beneficio Neto en 2017 baja respecto a 2016 debido a que para unos mismos ingresos, se produce una mayor cantidad de gastos debido a que el Impuesto de Sociedades crece del 15 al 25%, y la cuota de autónomos también se eleva en este periodo. Se espera que a partir de 2019 el Beneficio Neto siga creciendo linealmente debido a la mejora de la situación económica y del crecimiento del número de clientes que reciba el negocio.

### ESCENARIO PESIMISTA.

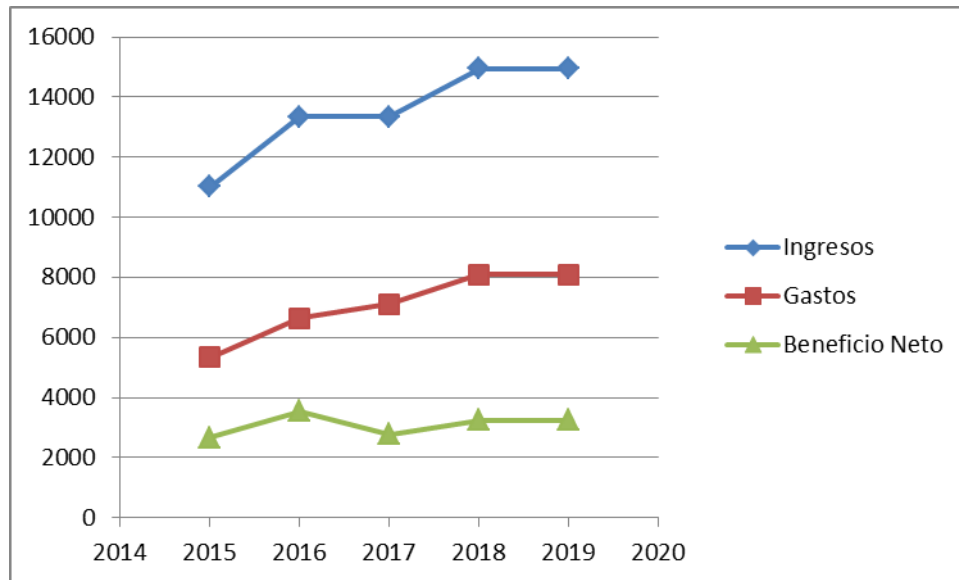
En la siguiente tabla se muestran las cuentas de resultados para los cinco primeros años de funcionamiento de la empresa en un escenario pesimista:

**Tabla 19. Cuentas de resultados, escenario pesimista (€)**

CONCEPTO	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Ingresos alquiler casa	11.013,00 €	13.248,00 €	13.248,00 €	14.846,00 €	14.846,00 €
Ingresos extras	0,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €
<b>TOTAL INGRESOS (+)</b>	<b>11.013,00 €</b>	<b>13.348,00 €</b>	<b>13.348,00 €</b>	<b>14.946,00 €</b>	<b>14.946,00 €</b>
Luz	720,00 €	910,00 €	910,00 €	1.040,00 €	1.040,00 €
Agua	54,00 €	70,50 €	70,50 €	79,50 €	79,50 €
Calefacción	220,00 €	280,00 €	280,00 €	320,00 €	320,00 €
Empleado	1.850,00 €	2.275,00 €	2.275,00 €	2.600,00 €	2.600,00 €
Otros gastos	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €	100,00 €
Autónomos	1.104,00 €	2.208,00 €	2.682,00 €	3.156,00 €	3.156,00 €
Web	772,00 €	276,00 €	276,00 €	276,00 €	276,00 €
Mantenimiento	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €	150,00 €
IBI + basuras	173,00 €	173,00 €	173,00 €	173,00 €	173,00 €
Seguro de la casa	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €
<b>TOTAL GASTOS (-)</b>	<b>5.343,00 €</b>	<b>6.642,50 €</b>	<b>7.116,50 €</b>	<b>8.094,50 €</b>	<b>8.094,50 €</b>
<b>EBITDA (=)</b>	<b>5.670,00 €</b>	<b>6.705,50 €</b>	<b>6.231,50 €</b>	<b>6.851,50 €</b>	<b>6.851,50 €</b>
Dotación amortización (-)	2.526,50 €	2.526,50 €	2.526,50 €	2.526,50 €	2.526,50 €
<b>BAIT (=)</b>	<b>3.143,50 €</b>	<b>4.179,00 €</b>	<b>3.705,00 €</b>	<b>4.325,00 €</b>	<b>4.325,00 €</b>
Gastos financieros (-)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>BAT (=)</b>	<b>3.143,50 €</b>	<b>4.179,00 €</b>	<b>3.705,00 €</b>	<b>4.325,00 €</b>	<b>4.325,00 €</b>
Impuesto de Sociedades (-)	471,53 €	626,80 €	926,00 €	1.081,00 €	1.081,00 €
<b>Beneficio Neto (=)</b>	<b>2.671,98 €</b>	<b>3.552,20 €</b>	<b>2.779,00 €</b>	<b>3.244,00 €</b>	<b>3.244,00 €</b>

En el siguiente gráfico se puede comprobar la evolución de los ingresos, gastos y beneficio neto en el escenario pesimista:

**Figura 43. Evolución ingresos, gastos y Beneficio Neto, escenario pesimista (€)**



En este gráfico se comprueba que ocurre lo mismo que en la situación realista, solo que con cifras más reducidas. Los ingresos y los gastos evolucionan de forma aproximadamente lineal, ya que el volumen de negocio también va creciendo poco a poco. El Beneficio Neto en 2017 baja respecto a 2016 debido a que para unos mismos ingresos, se produce una mayor cantidad de gastos debido a que el Impuesto de Sociedades crece del 15 al 25%, y la cuota de autónomos también se eleva en este periodo. Se espera que a partir de 2019 el Beneficio Neto crezca linealmente debido a la mejora de la situación económica y del crecimiento del número de clientes que reciba el negocio.

## 8.7. BALANCE.

El balance es un documento que recoge toda la información relativa a lo que la empresa tiene o debe en una determinada fecha o situación, agrupada en diferentes partidas. Se trata de una instantánea de los bienes de la empresa (activo) y de las fuentes de financiación de donde proviene el dinero con el que se adquirieron estos (patrimonio neto y pasivo).

En este apartado se recoge el balance estimado inicial para el primer día de negocio, y también los balances al final de cada año durante los cinco primeros años de negocio en cada una de las dos situaciones propuestas.

En los balances anuales se puede comprobar que todos los ingresos y los gastos se saldan con la caja. Como se ha comentado anteriormente, los clientes siempre van a pagar cuando se alquila la casa, y la empresa paga a sus proveedores en el momento en el que se reciben los suministros o servicios necesarios.

El balance correspondiente al primer día de actividad de negocio es el siguiente:

**Tabla 20. Balance a día 1 de enero de 2015 (€)**

ACTIVO		PASIVO	
<i>ACTIVO NO CORRIENTE</i>		<i>NO EXIGIBLE</i>	
Inmovilizado material (reforma)	44.550,00 €	Capital	46.350,00 €
<i>ACTIVO CORRIENTE</i>			
Caja	1.800,00 €		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>46.350,00 €</b>	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>46.350,00 €</b>



A partir de aquí se van a presentar los balances agrupados para los cinco primeros años de actividad, para los dos escenarios de negocio estudiados.

#### ESCENARIO REALISTA.

En la siguiente tabla se muestran los balances de los cinco primeros años de actividad, para un escenario de negocio realista a 31 de diciembre de cada año:

**Tabla 21. Balances cinco primeros años, escenario realista (€)**

ACTIVO	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
<i>ACTIVO NO CORRIENTE</i>					
Inmovilizado material (reforma)	44.550,00 €	44.550,00 €	44.550,00 €	44.550,00 €	44.550,00 €
Amortización acumulada	-2.526,50 €	-5.053,00 €	-7.579,50 €	-10.106,00 €	-12.632,50 €
<i>ACTIVO CORRIENTE</i>					
Caja	10.582,00 €	19.043,70 €	26.938,70 €	35.327,90 €	43.450,90 €
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>52.605,50 €</b>	<b>58.540,70 €</b>	<b>63.909,20 €</b>	<b>69.771,90 €</b>	<b>75.368,40 €</b>
<b>PASIVO</b>					
<i>NO EXIGIBLE</i>					
Capital	46.350,00 €	46.350,00 €	46.350,00 €	46.350,00 €	46.350,00 €
Reservas	0,00 €	5.317,17 €	11.159,70 €	15.959,40 €	21.555,90 €
PP y GG	5.317,17 €	5.842,50 €	4.799,70 €	5.596,50 €	5.596,50 €
<i>EXIGIBLE</i>					
Impuesto de Sociedades	938,33 €	1.031,00 €	1.599,80 €	1.866,00 €	1.866,00 €
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>52.605,50 €</b>	<b>58.540,67 €</b>	<b>63.909,20 €</b>	<b>69.771,90 €</b>	<b>75.368,40 €</b>

En las reservas se van acumulando los beneficios de años anteriores, y el Impuesto de Sociedades aparece como pasivo exigible ya que este impuesto se paga durante el mes de julio del año siguiente al que hace referencia. Los beneficios obtenidos un año, al siguiente pasan a reservas en el pasivo.

### ESCENARIO PESIMISTA.

En la siguiente tabla, al igual que en la figura anterior, se muestran los balances de los cinco primeros años de actividad, en este caso para una situación del negocio pesimista:

**Tabla 22. Balances cinco primeros años, escenario pesimista (€)**

ACTIVO	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
<i>ACTIVO NO CORRIENTE</i>					
Inmovilizado material (reforma)	44.550,00 €	44.550,00 €	44.550,00 €	44.550,00 €	44.550,00 €
Amortización acumulada	-2.526,50 €	-5.053,00 €	-7.579,50 €	-10.106,00 €	-12.632,50 €
<i>ACTIVO CORRIENTE</i>					
Caja	7.470,00 €	13.704,00 €	19.308,70 €	25.234,20 €	31.004,70 €
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>49.493,50 €</b>	<b>53.201,00 €</b>	<b>56.279,20 €</b>	<b>59.678,20 €</b>	<b>62.922,20 €</b>
<b>PASIVO</b>					
<i>NO EXIGIBLE</i>					
Capital	46.350,00 €	46.350,00 €	46.350,00 €	46.350,00 €	46.350,00 €
Reservas	0,00 €	2.672,00 €	6.224,20 €	9.003,20 €	12.247,20 €
PP y GG	2.671,98 €	3.552,20 €	2.779,00 €	3.244,00 €	3.244,00 €
<i>EXIGIBLE</i>					
Impuesto de Sociedades	471,52 €	626,80 €	926,00 €	1.081,00 €	1.081,00 €
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>49.493,50 €</b>	<b>53.201,00 €</b>	<b>56.279,20 €</b>	<b>59.678,20 €</b>	<b>62.922,20 €</b>

Como también ocurre en la situación realista del negocio, el balance va aumentando cada año debido a que se producen beneficios, aunque en esta situación se dan en menor cuantía que en el escenario realista.

## 8.8. ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD.

En este apartado se va a realizar un estudio de la rentabilidad del negocio, para lo que se van a emplear las herramientas de análisis e indicadores más aceptados a la hora de valorar inversiones, proyectos o cualquier negocio en general, siendo un elemento básico que utilizarán los inversores para evaluar y determinar el interés por un proyecto.

Para comenzar con este análisis, se debe comenzar por calcular el cash flow, que mide las entradas y salidas en caja en un periodo determinado, siendo un indicador de la liquidez de la empresa. Con este flujo se podrán determinar problemas de liquidez y analizar la viabilidad y la rentabilidad de un negocio, ya que es necesario para poder calcular otros indicadores como el valor actual neto (VAN) o la tasa interna de retorno (TIR).

El cash flow se calcula sumando al Beneficio Neto de cada ejercicio, la amortización realizada durante ese periodo. En la siguiente figura se recogen los cash flow de los cinco años primeros de funcionamiento del negocio, en los dos escenarios propuestos:

**Tabla 23. Cash flow de los cinco primeros años (€)**

ESCENARIO	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Suma CF total
Realista	7.843,70 €	8.369,00 €	7.326,20 €	8.123,00 €	8.123,00 €	39.784,90 €
Pesimista	5.198,50 €	6.078,70 €	5.305,50 €	5.770,50 €	5.770,50 €	28.123,70 €

Con el cash flow ya calculado, se puede proceder a realizar los diversos ratios que se van a utilizar para medir el análisis de rentabilidad del negocio. Estos ratios van a ser los siguientes:

- Periodo de recuperación o payback.
- Valor actual neto (VAN).
- Tasa interna de retorno (TIR).
- Generación de EBITDA.

Además, a la hora de calcular estos ratios se debe tener en cuenta que el último año se asumirá un valor final del proyecto, equivalente al valor contable de la totalidad de los activos minorado por los cash flow generados con anterioridad. Este cálculo se realiza al acabar de comprobar el balance del último año de estudio, y queda de la siguiente manera:

**Tabla 24. Valor final del proyecto después de cinco años (€)**

ESCENARIO	ACTIVO	PASIVO EXIGIBLE	VALOR CONTABLE	Suma CF total	VALOR FINAL DEL PROYECTO
Realista	75.368,40 €	1.866,00 €	73.502,40 €	39.784,90 €	33.717,50 €
Pesimista	62.922,20 €	1.081,00 €	61.841,20 €	28.123,70 €	33.717,50 €

Como se puede comprobar en la figura anterior, en las dos situaciones propuestas de negocio, la empresa tiene valor, siendo en los dos casos el mismo.

### PERIODO DE RECUPERACIÓN O PAYBACK.

Es un indicador que explica en cuánto tiempo se recupera la inversión inicial mediante los cash flow. Se calcula con la suma acumulada de los cash flow cuando iguala a la inversión inicial.

**Tabla 25. Periodos de recuperación**

Escenario realista	Escenario pesimista
5 años y 6 meses	Más de 6 años

Con las estimaciones de negocio que se preveen, la inversión se amortiza en una situación realista a lo largo del sexto año de negocio, y en una situación pesimista más allá del sexto año. Esto se debe a que la inversión es relativamente alta respecto a los cash flow que se generan durante los primeros años de negocio, aunque esto es esperable por el tipo de negocio que se ha implementado, y que se construye como una segunda fuente de ingresos familiar, siendo además el objetivo final amortizar la reforma de la casa, cuyo resultado se obtiene en un tiempo razonable para el tipo de negocio que es y el sector en el que se encuadra.

### VALOR ACTUAL NETO (VAN) DEL ACCIONISTA.

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros que se originan debido a una inversión. La fórmula a aplicar es la siguiente:

$$VAN = -V_0 + \sum_{i=1}^5 \frac{CF_i}{(1+k)^i} + \frac{\text{Valor final del proyecto}}{(1+k)^5}$$

Los cash flow futuros se van actualizando mediante la tasa de descuento k. Esta tasa de descuento es la correspondiente a los bonos del estado español a 10 años, que a julio de 2014 es del 2,78%. En la siguiente tabla se presenta el VAN para las dos situaciones propuestas, mostrándose los valores futuros de cada cash flow ya actualizados junto con el valor final del proyecto también actualizado:

**Tabla 26. VAN (€)**

ESCENARIO	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Valor final del proyecto	VAN
Realista	7.631,50 €	7.922,40 €	6.747,60 €	7.279,20 €	7.082,30 €	29.397,60 €	19.710,60 €
Pesimista	5.057,90 €	5.754,30 €	4.886,50 €	5.171,00 €	5.031,20 €	29.397,60 €	8.951,50 €

Como se comprueba, en ambas situaciones planteadas de la empresa el VAN es mayor que cero, por lo que se puede determinar que el negocio es rentable. En el caso de la situación realista, el VAN es cuantioso llegando casi a los 20.000€, con lo que la rentabilidad queda demostrada incluso en la situación pesimista del negocio.

#### TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).

Se denomina tasa interna de retorno a la tasa de descuento que hace que el valor actual neto sea igual a cero. La ecuación es por tanto muy parecido a la del VAN:

$$-V_0 + \sum_{i=1}^5 \frac{CF_i}{(1 + TIR)^i} + \frac{Valor\ final\ del\ proyecto}{(1 + TIR)^5} = 0$$

**Tabla 27. TIR (tasa de descuento en %)**

Escenario realista	Escenario pesimista
12,70%	7,20%

La empresa se determina como rentable si el TIR es mayor que el coste de oportunidad, dando así una rentabilidad mayor que la mínima requerida. Si se establece el coste de oportunidad en el 2,78%, en ambas situaciones se espera que el negocio sea rentable, ya que el TIR en las dos situaciones es superior al 2,78%.

### GENERACIÓN DE EBITDA.

El EBITDA se calcula como la diferencia entre ingresos y gastos a lo largo del periodo de estudio anual, antes de descontar amortizaciones, intereses e impuestos, mostrando así el resultado puro de la empresa. Con ello se puede obtener una idea muy real de lo que la empresa gana o pierde con los productos o servicios que ofrece, es el beneficio bruto de la empresa.

**Tabla 28. Generación de EBITDA en ambos escenarios (€)**

ESCENARIO	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Realista	8.782,00 €	9.400,00 €	8.926,00 €	9.989,00 €	9.989,00 €
Pesimista	5.670,00 €	6.705,50 €	6.231,50 €	6.851,50 €	6.851,50 €

Se comprueba que el negocio genera beneficios para ambas situaciones, mostrando un crecimiento apreciable según van pasando los años, lo que se traduce en que el negocio es rentable.

## RESUMEN ANÁLISIS DE RENTABILIDAD.

Según se ha podido comprobar al observar todos los ratios anteriormente evaluados, el proyecto de negocio que va a llevarse a cabo es rentable para las dos situaciones planteadas, resultando interesante el invertir en el negocio, y comprobándose que los riesgos no son elevados, ya que las estimaciones de ingresos han sido muy conservadores, con lo que lo más plausible es que se den los resultados realistas o incluso mejores, todo dependiendo de la coyuntura del negocio.

El negocio proyecta rentabilidad desde el primer momento según los ratios analizados, generándose beneficios que repercuten de manera inmediata en la empresa. El objetivo que se propone con todo el desarrollo del negocio, que es el de reformar una casa antigua para el disfrute de su propietario en el futuro, y además la obtención de ingresos adicionales al conjunto familiar, se consigue de forma sencilla y tangible como se puede comprobar en el análisis de rentabilidad llevado a cabo. La coyuntura actual permite ser optimista de cara al futuro y pensar que el negocio puede dar incluso más rendimiento del esperado, ya que en dos o tres años, se espera que la crisis económica actual haya disminuido de forma notable, lo que permitiría que incluso el negocio se alargase en más años de los previstos si los ingresos aumentan más de lo aquí previsto. Y en caso de una situación algo más desfavorable, también se comprueba que el negocio es solvente y sale adelante. Por lo que se concluye que el negocio se puede llevar a cabo de manera favorable y sostenida en el tiempo en el que se desarrolle el negocio de la empresa, consiguiendo en cualquier caso los objetivos propuestos en cuanto a ingresos y tiempo de recuperación de la inversión.



## 9. CONCLUSIONES.

Este proyecto de desarrollo de una casa rural se ha venido fraguando durante los últimos años en la familia a raíz de la llegada de la crisis económica global que nos afecta desde 2008. Nos preguntábamos cual sería mejor manera de conseguir una casa plenamente habitable para los años que pronto se avecinan de retiro permanente para mi familia sin pagar mucho por su reforma. Por otro lado, en estos años se acude muy poco a la casa, con lo que está cerrada la mayor parte del año. Y nos dimos cuenta de que era una oportunidad de negocio por explotar, una fuente de ingresos extra, el sacarle rendimiento a la casa como negocio, en forma de alojamiento rural.

Por una parte, la realización de este plan de negocio ha supuesto la constatación práctica de todo aquello estudiado y aprendido en la carrera. El análisis del entorno, el plan de marketing, y el plan financiero son una aplicación práctica y real de todo lo visto en las asignaturas de Organización Industrial, que han permitido desarrollar este proyecto de manera óptima. Evidentemente, al igual ha ocurrido con el plan de operaciones, aunque en este caso y en la parte relativa a la calefacción de la casa, la realización de mis prácticas académicas son las que han permitido en este caso que este plan se haya ejecutado tal cual se haría en un proyecto real y con el apoyo y respaldo de una gran empresa líder en el sector.

Por otra parte, este proyecto me ha servido de una forma muy didáctica para acercarme muy tangible y realmente al mundo del negocio, al mercado del turismo, en este caso rural, y a los problemas reales que cualquier emprendedor puede encontrar a la hora de desarrollar y comenzar cualquier nueva actividad económica, y con más razón en esta época de dificultades más acusadas por la que atravesamos actualmente. Ha sido un verdadero reto poder obtener datos fiables que permitiesen conocer de primera mano la situación de este negocio y la realidad a la que se va a

enfrentar en el momento de su despegue, como también lo ha sido el resto de información y datos necesarios para el conjunto del proyecto.

Después de realizar este proyecto, dos conclusiones he podido obtener. La primera es que es posible aplicar de forma práctica lo aprendido en la universidad, aunque muchas veces parezca poco menos que imposible; este trabajo ha sido la constatación de que aquello visto en clase es útil y tiene aplicación en el mundo real, lo cual no es poco importante. La otra es que aunque uno se crea que ya lo sabe todo acerca de algo, está muy lejos de acercarse a conocer una mínima parte de aquello que cree saber o conocer. Este proyecto me ha servido para conocer a fondo la realidad socioeconómica y cultural de mi pueblo y el territorio que lo rodea, además de descubrir lugares y detalles, que aun siempre habiendo estado cerca de mí, nunca hubiera imaginado su presencia tan cerca. Es por tanto motivo de gran orgullo para mí la realización de este proyecto, que espero que contribuya a la dinamización de una de las zonas rurales más deprimidas de Europa, y a la que tanto cariño le tengo.

Para finalizar, un agradecimiento especial a todos mis amigos de la universidad (ellos ya saben quiénes son), que han permitido con su apoyo y ayuda que haya llegado hasta aquí. Muchos momentos en estos años hemos compartido que me han desarrollado como ingeniero, y sobre todo como amigo y persona. Gracias de corazón. También doy las gracias al resto de amigos que me he encontrado todo este tiempo a mi alrededor, apoyándome y dándome ánimos; sincera mención a mis amigos de Ventosa, sin los cuales este proyecto no habría salido adelante. Y a toda la gente que ha pasado por mi lado en estos años, y que han contribuido a mi desarrollo personal. A mi familia. Gracias a todos.

Y a mis padres. Sin ellos nada de esto hubiera sido posible. Va por vosotros, os quiero de verdad.

## 10. BIBLIOGRAFÍA.

### Bibliografía general.

- Álvaro Cuervo (2014). *“Introducción a la administración de empresas”*. Ed. Civitas, 6ª edición.
- Richard G. Lipsey (1996). *“Introducción a la economía positiva”*. Ed. Vicens Vives, 12ª edición.
- Robert M. Grant (2006). *“Dirección estratégica”*. Ed. Civitas, 5ª edición.
- Philip Kotler y Kevin L. Keller (2012). *“Dirección de marketing”*. Ed. Addison-Wesley, 14ª edición.
- Philip Kotler y Gary Armstrong (2008). *“Principios de marketing”*. Ed. Prentice-Hall, 1ª edición.
- J. Pérez-Carballo, Á. Pérez-Carballo y E. Vela (2004). *“Principios de gestión financiera de la empresa”*. Ed. Alianza, 1ª edición.
- Jesús F. Gallego (2002). *“Gestión de hoteles: una nueva visión”*. Ed. Paraninfo, 1ª edición.

### Bibliografía Universidad Carlos III de Madrid:

- Proyecto de Alberto Gómez Colmenarejo (2013). *“Análisis y propuestas de mejora de la Casa Rural Maire”*.
- Proyecto de Óscar Nieto González (2011). *“Plan de viabilidad de una casa rural”*.
- Proyecto de Jesús Carlos Ortega Gutiérrez (2012). *“Plan de viabilidad del Parador de Turismo de Muxía”*.
- Proyecto de Álvaro Gómez Orden (2014). *“Plan de negocio de una tecnotienda de bicicletas”*.

- “Apuntes de La empresa y su entorno económico”. 3er curso de Ingeniería Industrial.
- “Apuntes de Administración de Empresas”. 3er curso de Ingeniería Industrial.
- “Apuntes de Dirección Comercial”. 5º curso de Ingeniería Industrial.

### **Páginas web:**

- Turismo activo: <http://www.turismoactivoaltotajo.com/home/index.php>
- Camino del Cid: <http://www.caminodelcid.org/>
- Turismo CLM: <http://www.turismocastillalamancha.es/>
- Diputación de Guadalajara: <http://www.dguadalajara.es/web/guest>
- Turismo en Guadalajara:  
<http://turismoenguadalajara.org/patrimonionatural/alto-tajo/>
- Geoparque Molina – Alto Tajo: <http://www.geoparquemolina.es/web/guest>
- Actividades aventura: <http://www.asdonaventura.com>
- Actividades aventura: <http://www.ecoaventura.net>
- Casa rural con SPA: <http://elmajadaldelaltotajo.es/>
- Video Barranco de la Hoz: <https://www.youtube.com/watch?v=MunQ7oP14OI>
- Revista turismo: <http://www.revistaturismo.net/>
- Información PYMES: <http://www.ipyme.org>
- Empresa reforma: <http://www.reformaselbaul.com/>
- Empresa decoración: <http://www.planetahogar.com/>
- Proveedores sistema calefacción: <http://www.junkers.es/>
- Información empleo: <http://www.empleo.gob.es/>
- Información empleo: <http://www.sepe.es/>
- Información autónomos: <http://www.infoautonomos.com/>
- Agencia Tributaria: <http://www.agenciatributaria.es/>
- Instituto de Estudios Turísticos: <http://www.iet.tourspain.es/es-es/estadisticas/familitur/paginas/default.aspx>

- Ministerio de Industria, Energía y Turismo: <http://www.minetur.gob.es/es-ES/Paginas/index.aspx>
- Instituto Nacional de Estadística: <http://www.ine.es>

Nota: todas las páginas web han sido comprobadas a día 4 de marzo de 2015. A lo largo del proyecto se han consultado más páginas webs para la redacción del proyecto, figurando en esta lista las más relevantes.



## 11. ANEXOS.

### Anexo presupuesto reforma.

Figura 44. Presupuesto reforma, página 1/4

Decoraciones y reformas *El Baúl* FECHA-9-6-2014  
Dirección/ Hermanos pinzón N° 2.28937-Mostoles  
TELF.91 6477152-Movil-656684885

**PRESUPUESTO**

CLIENTE: D. Raúl  
DIRECCION:

Movil-

• **PARTIDA ALBAÑILERIA**

➤ Hacer hueco de armarios para habitación 1,2,3 y habitación 4	599€
➤ Modificación de tabiques en vivienda	850€
➤ Remates de yeso negro y blanco en tabiques derruidos y contruidos	1490€
➤ Recibir nudillos en vivienda,	445€
➤ Instalación de 1cassoneto en baño 1	390€
➤ Instalación de Pavés sobre puerta salón	195€
➤ 1-contenedores de escombros	190€
➤ Desmontaje e instalación de aluminio en vivienda	1.180€
<b>TOTAL</b>	<b>5.339€</b>

• **PARTIDA DE COCINA**

➤ Picar paredes , suelo , con preparación de las mismas para alicatar y solar	209€
➤ Desescombrar y subir materiales	100€
➤ Rozas para fontanería y electricidad	95€
➤ Alicatado de paredes	1.100€
➤ Solado de suelo	890€
➤ Cerámica para paredes y suelo de 15€	500€
➤ Fontanería para cocina: 3 tomas para fregadero, lavadora ,lavavajillas y puente de contador con llave de corte general	750€
➤ Instalación para generales de agua	355€
➤ Electricidad para cocina: 12 enchufes con toma de tierra,4 puntos de luz y reforzar la línea hasta el cuadro general	780€
<b>TOTAL</b>	<b>4.779€</b>

**Figura 45. Presupuesto reforma, página 2/4**

## Decoraciones y reformas *El Baúl*

FECHA-9-6-2014

Dirección/ Hermanos pinzón Nº 2.28937-Mostoles

TELF.91 6477152-Movil-656684885

### • PARTIDA DE BAÑOS 2 UNIDS.

- Picar paredes y suelos con preparación de las mismas para alicatar y solar-----490€
- Desescombrar y subir materiales-----125€
- Rozas para fontanería y electricidad-----150€
- Alicatado de paredes-----1.440€
- Solado de suelo-----280€
- Cerámica para paredes y suelos de 15€-----825€
- Fontanería para los 2 baños: 7 tomas para 2 lavabos,2 inodoros,1 plato de ducha, 1 bañera ,1 bidé, llaves de corte en baño 1 para diferenciar instalación de baños a cocina,2 manguetones para inodoros , todo ello en cobre o polietileno y P.V.C en desagües-----1.725€
- Electricidad para 2 baños: 2 enchufes con toma de tierra y 4 puntos de luz -----180€
- Sanitarios para 2 baños marca Roca mod. Medio: 2 inodoros mod.Dama senso, 1 bidé mismo modelo, 1 bañera Mod. Contesa,1 Plato de ducha porcelana,2 juegos de monomandos en cromo,2 muebles de baño varios modelos-----2.780€

TOTAL-----7.995€

### • PARTIDA DE ELECTRICIDAD EN VIVIENDA

- 20 Enchufes con toma de tierra, mecanismos mod. Simón 27-----640€
- 9 Puntos de luz-----288€
- 3 Tomas de televisión-----210€
- 3 Tomas de Teléfono-----210€
- Rozas para trabajos de electricidad en vivienda-----900€
- Cuadro eléctrico general-----299€

(CERTIFICADO NO INCLUIDO)

TOTAL-----2.547€

### • PARTIDA DE PINTURA

- Pintar paramentos verticales en gota y arpillera existente, plástico color a elegir por el cliente, emplasteciendo rajas existentes en vivienda-----1790€
- Alisar techos en vivienda y pintar en blanco, sin colocación de velo-----2190€

(ESTA PARTIDA SIN ALISAR TECHOS, BAJARIA 1200€)

TOTAL-----3.980€

(Mesa, sillas y sillones no incluidos)



Figura 46. Presupuesto reforma, página 3/4

Decoraciones y reformas *El Baúl* FECHA-9-6-2014  
Dirección/ Hermanos pinzón N° 2.28937-Mostoles  
TELF.91 6477152-Movil-656684885

• **PARTIDA DE SUELO CERAMICO EN VIVIENDA**

➤ Solar suelo levantando existente sin hacer solera-----2.790€  
➤ Instalación de rodapié en vivienda a juego con cerámica-----575€  
➤ Cerámica y rodapié-----1.200€  
TOTAL-----4.565€

• **PARTIDA DE PUERTAS DE INTERIOR**

➤ 6- Puertas de interior ciegas, modelo medio con instalación de carpintería y manivelas  
incluidas-----1.920€  
➤ 2- puertas vidrieras en lacado o madera modelo medio con instalación de  
Carpintería-----900€  
➤ Diferencia en Instalación y materiales para 1 puerta corredera-----260€  
➤ 2 juegos de cristales línea moderna-----240€  
TOTAL-----3.320€

• **PARTIDA DE ARMARIOS EN VIVIENDA**

➤ Frente de armario para habitaciones, mod.2400 en corredera línea rustica,  
varios diseños-----4.890€  
➤ Interior de armario con divisiones, barras y Baldas según dibujo-----1.795€  
TOTAL-----6.685€

• **PARTIDA MOBILIARIO DE COCINA**

➤ Mobiliario de cocina en formica-Duropal, según plano adjunto, con muebles  
altos de gran capacidad, muebles bajos, zócalo, cornisa, copete-----2.975€  
TOTAL-----2.975€  
(Mesa, sillas y sillones no incluidos)

Figura 47. Presupuesto reforma, página 4/4

Decoraciones y reformas *El Baúl* FECHA-9-6-2014  
Dirección/ Hermanos pinzón N° 2.28937-Mostoles  
TELF.91 6477152-Movil-656684885

- **PARTIDA DE ALUMINIO EN VIVIENDA**
  - Instalación de 6 ventanas para vivienda en R.P.T, MED. 1,20X1,20, color madera con doble acristalamiento y persiana térmico-acústica-----4800€

TOTAL-----4800€

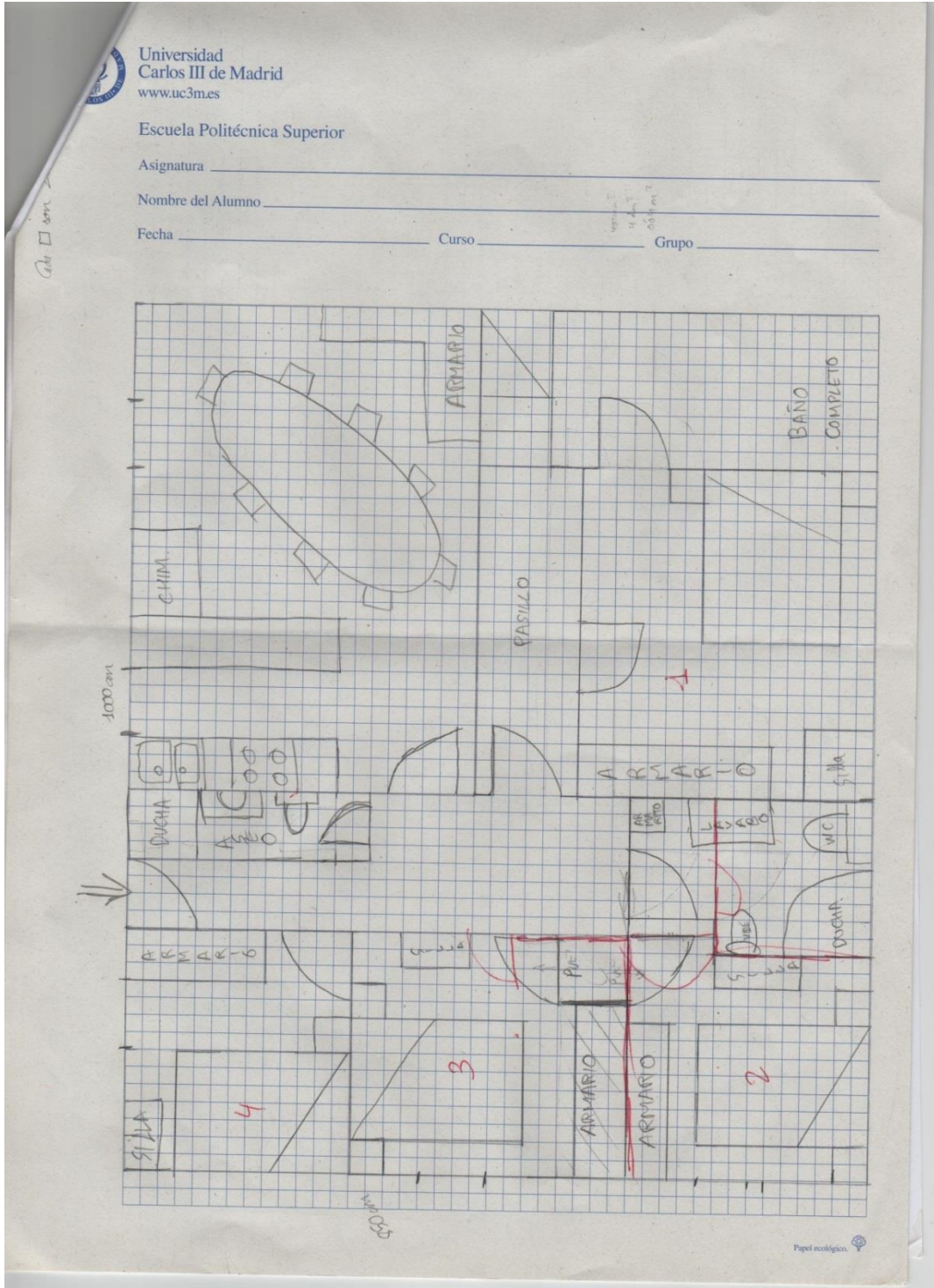
  

**TOTAL PRESUPUESTO-----46.985 € (I.V.A no incluido)**

CONFORME EL CLIENTE: CONFORME EL BAUL:

**Figura 48. Plano esquemático de la casa. En rojo, los tabiques y el baño nuevos**



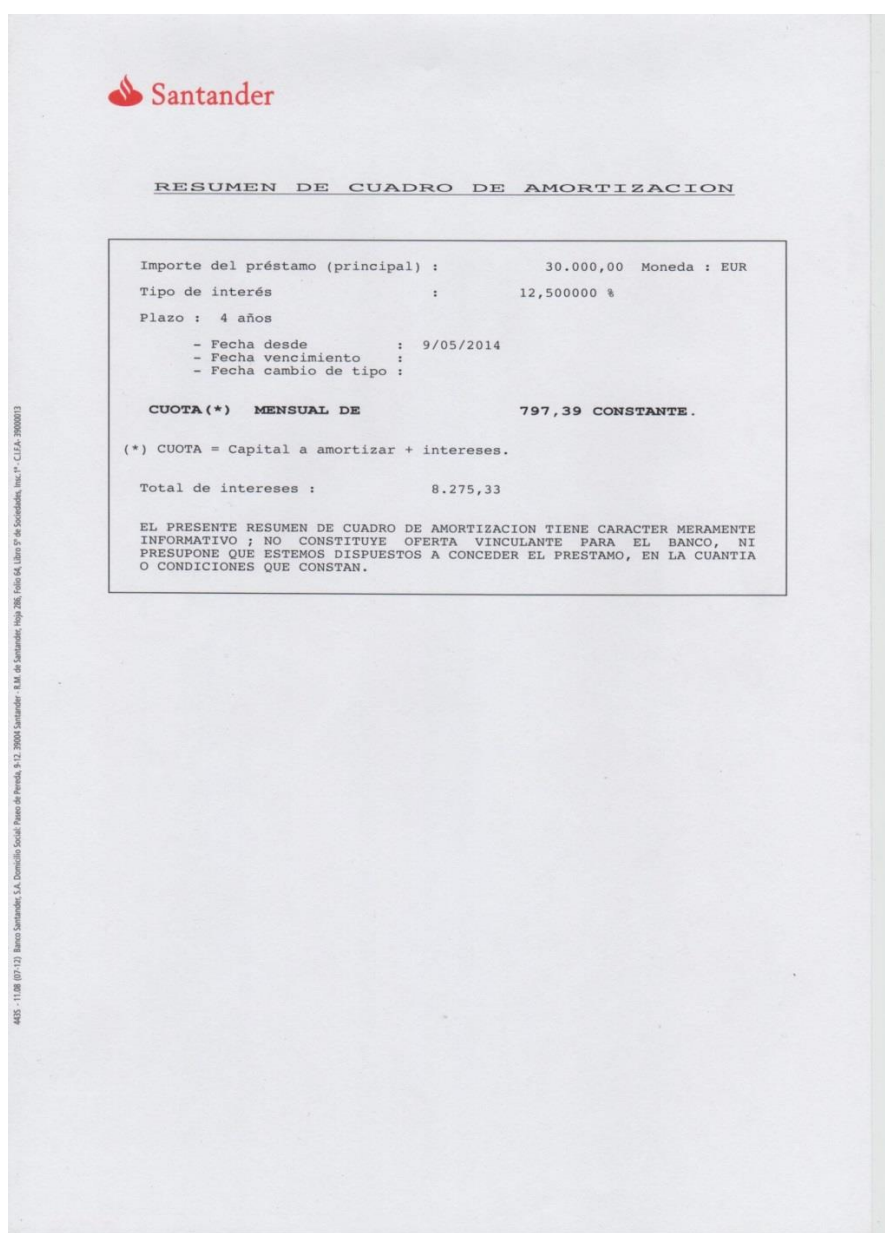


## Anexo plan de financiación inicial.

En el siguiente anexo aparecen los resúmenes obtenidos en el Banco Santander de las tres vías de financiación posibles para obtener el crédito necesario con el que poder comenzar la reforma de la casa y el negocio.

- Préstamo Compromiso.

Figura 49. Préstamo compromiso Banco Santander



The image shows a document from Santander titled "RESUMEN DE CUADRO DE AMORTIZACION". It details a loan commitment with the following information:

- Importe del préstamo (principal) : 30.000,00 Moneda : EUR
- Tipo de interés : 12,500000 %
- Plazo : 4 años
- Fecha desde : 9/05/2014
- Fecha vencimiento :
- Fecha cambio de tipo :

**CUOTA (\*) MENSUAL DE 797,39 CONSTANTE.**

(\*) CUOTA = Capital a amortizar + intereses.

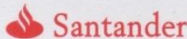
Total de intereses : 8.275,33

EL PRESENTE RESUMEN DE CUADRO DE AMORTIZACION TIENE CARACTER MERAMENTE INFORMATIVO ; NO CONSTITUYE OFERTA VINCULANTE PARA EL BANCO, NI PRESUPONE QUE ESTEMOS DISPUESTOS A CONCEDER EL PRESTAMO, EN LA CUANTIA O CONDICIONES QUE CONSTAN.

4835 - 1188 (07-12) Banco Santander, S.A. Domicilio Social: Paseo del Perseo, 8 y 12. 39004 Santander - E.M. de Santander, Hoja 206, Folio 84, Libro 5º de Sociedades, Ins. 1ª. C.I.F.A. 39000013

- Préstamo Línea ICO 2014.

**Figura 50. Préstamo Línea ICO 2014 Banco Santander**



RESUMEN DE CUADRO DE AMORTIZACION

Importe del préstamo (principal) : 30.000,00 Moneda : EUR

Tipo de interés : 6,500000 %

Plazo : 5 años

- Fecha desde : 9/05/2014  
 - Fecha vencimiento :  
 - Fecha cambio de tipo :

**CUOTA (\*) MENSUAL DE 586,98 CONSTANTE.**

(\*) CUOTA = Capital a amortizar + intereses.

Total de intereses : 5.219,11

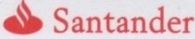
EL PRESENTE RESUMEN DE CUADRO DE AMORTIZACION TIENE CARACTER MERAMENTE INFORMATIVO ; NO CONSTITUYE OFERTA VINCULANTE PARA EL BANCO, NI PRESUPONE QUE ESTEMOS DISPUESTOS A CONCEDER EL PRESTAMO, EN LA CUANTIA O CONDICIONES QUE CONSTAN.

PRÉSTAMO PERSONAL ICO

4435 - 11.08 (07/12) Banco Santander, S.A. Domicilio Social: Paseo de Pereda, 9-12. 39004 Santander - R.M. de Santander. Hoja 286, Folio 84, Libro IV de Sociedades, Ins. 1ª C.I.A. 3000013

- Préstamo hipotecario.

Figura 51. Préstamo hipotecario Banco Santander



RESUMEN DE CUADRO DE AMORTIZACION

Importe del préstamo (principal) :		30.000,00	Moneda : EUR
Tipo de interés :		3,000000 %	
Plazo : 5 años			
- Fecha desde :		9/05/2014	
- Fecha vencimiento :			
- Fecha cambio de tipo :			
<b>CUOTA (*)</b>	<b>MENSUAL DE</b>	<b>539,06 CONSTANTE.</b>	
(*) CUOTA = Capital a amortizar + intereses.			
Total de intereses :		2.343,67	

EL PRESENTE RESUMEN DE CUADRO DE AMORTIZACION TIENE CARACTER MERAMENTE INFORMATIVO ; NO CONSTITUYE OFERTA VINCULANTE PARA EL BANCO, NI PRESUPONE QUE ESTEMOS DISPUESTOS A CONCEDER EL PRESTAMO, EN LA CUANTIA O CONDICIONES QUE CONSTAN.

4435 - 11.08 (07-12) Banco Santander S.A. Domicilio Social: Paseo de Pereda, 9-12. 39004 Santander - E.M. de Santander/ Hoja 286, folio 84, Libro 9º de Sociedades, Inc.1ª - C.I.F.A. 39000013

# Anexo Diario Oficial Castilla – La Mancha. Decreto 93/2006, de 11-7-2006, de Ordenación del Alojamiento Turístico en el Medio Rural de Castilla – La Mancha.

Figura 52. Decreto 93/2006. Página 1/10

D.O.C.M. Núm. 144

14 de julio de 2006

15415

Guadalajara, 29 de junio de 2006  
El Delegado Provincial  
LUIS SANTIAGO TIERRASECA

\*\*\*\*\*

## Consejería de Industria y Tecnología

### Decreto 93/2006, de 11-07-2006, de Ordenación del Alojamiento Turístico en el Medio Rural de Castilla-La Mancha.

#### Preámbulo

El Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha, aprobado por Ley Orgánica 9/1982, de 10 de agosto, establece en su artículo 31.1.18ª la competencia exclusiva de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha en materia de promoción y ordenación turística, competencia que fue desarrollada por la Ley 8/1999, de 26 de mayo, de Ordenación del Turismo de Castilla-La Mancha.

El turismo de interior, en concreto el desarrollado en el medio rural, ocupa dentro de la oferta turística global un lugar cada vez más destacado y creciente. Consecuencia del aumento de la demanda de este tipo de turismo, se hizo necesario regular los requisitos y condiciones de los alojamientos turísticos rurales, publicándose el Decreto 43/1994, de 16 de junio, de ordenación del alojamiento turístico en casas rurales, ordenación que hoy día es necesario reformar en profundidad para configurar a este sector de la actividad económica como uno de los elementos básicos del desarrollo económico sostenible del medio rural, mediante la creación de nuevas tipologías de alojamiento, buscando que la creciente demanda encuentre un alojamiento de calidad en un subsector cada vez más diferenciado. Con ello, se trataría de desarrollar las previsiones legales, posibilitando una ordenación que consiga un aumento considerable de las visitas turísticas, aprovechando el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, en el marco de un modelo turístico sostenible y de calidad.

La norma contiene un Capítulo I, disposiciones generales, un Capítulo II, que regula la clasificación y calificación de los alojamientos turísticos en el medio rural, con la nueva tipología de alojamientos, un Capítulo III, dedicado

a regular los requisitos generales de infraestructura, servicios y garantías de los usuarios que dichos alojamientos deben cumplir, para terminar con el Capítulo IV, regulador del procedimiento de autorización e inscripción registral previa. Asimismo, se incorpora una Disposición Adicional, dos Transitorias, una Derogatoria y dos Finales. El articulado del Decreto se completa con cuatro Anexos, que incorporan los requisitos técnicos para la clasificación de las ventas rurales, la calificación de las casas rurales, de los complejos turísticos rurales y de la especialización de los hoteles rurales.

En su virtud, a propuesta de la Consejería de Industria y Tecnología, de acuerdo con el dictamen del Consejo Consultivo de Castilla-La Mancha y previa deliberación del Consejo de Gobierno en su reunión de 11 de julio de 2006.

Dispongo

Capítulo I

Disposiciones Generales

Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación.

1. El presente Decreto tiene por objeto ordenar la prestación de servicios de alojamiento turístico y servicios complementarios en el medio rural.

2. Se consideran servicios de alojamiento turístico en el medio rural, la prestación del servicio de habitación o de residencia, con o sin servicio de comidas, mediante el pago de un precio, en un edificio cuyas características estéticas sean las propias de la arquitectura tradicional popular de la comarca en que se ubique, definida conforme a las correspondientes normas de planeamiento, o de excepcional valor arquitectónico, normalmente aisladas, siempre que reúnan las instalaciones y servicios mínimos definidos en este Decreto y se ubiquen en el medio rural. A efectos de este Decreto se entiende por medio rural, aquél en el que se desarrollan predominantemente actividades en plena naturaleza o agrícolas, forestales, pesqueras de carácter fluvial, ganaderas y cinegéticas.

3. En ningún caso se admitirán como alojamientos turísticos rurales las viviendas turísticas vacacionales, las unidades aisladas de apartamentos y en general cualquier vivienda que, con independencia de sus condiciones de

mobiliario, equipamiento, instalaciones y servicios, se ofrezcan en régimen de alquiler por motivos vacacionales o turísticos, salvo que se constituyan como complejos de turismo rural.

Artículo 2. Promoción de los alojamientos turísticos en el medio rural.

1. La Administración de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha realizará una adecuada actividad de promoción y fomento de esta modalidad de alojamiento, otorgando una promoción específica a las casas rurales de Castilla-La Mancha situadas en municipios de menos de cinco mil habitantes. La promoción de las Ventas de Castilla-La Mancha tendrá unos requisitos específicos contemplados en el apartado E) del Anexo I de este Decreto.

2.- A los efectos de su inclusión en las guías oficiales editadas por la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, así como en cualesquiera otros medios de promoción que pudieran realizarse por dicha Administración, los titulares de los establecimientos de alojamiento turístico en el medio rural deberán remitir a la Dirección General competente en materia de turismo, entre el 1 de agosto y el 31 de octubre de cada año natural, el número de habitaciones con que cuenta el alojamiento, medios de contacto con el mismo, breve descripción del inmueble, plano de situación y dos fotografías recientes en formato jpeg o similar. Este material deberá actualizarse en caso de variaciones durante el periodo citado anteriormente.

Capítulo II

Clasificación y calificación de los alojamientos turísticos en el medio rural

Artículo 3. Tipología.

1. Los establecimientos de alojamiento turístico en el medio rural se clasifican en los siguientes tipos:

- a) Ventas de Castilla-La Mancha.
- b) Casas Rurales.
- c) Alojamientos rurales singulares.
- d) Albergues rurales.
- e) Complejos de turismo rural.
- f) Explotaciones de agroturismo.

2. Los alojamientos turísticos en el medio rural se calificarán, en su caso, por categorías en función de la calidad de los servicios que oferten al mercado, conforme a los criterios fijados en el presente Decreto.



**Artículo 4. Ventas de Castilla-La Mancha.**

1. Son Ventas de Castilla-La Mancha aquellos establecimientos que, ofreciendo alojamiento y manutención, son representativos del máximo nivel de calidad y excelencia del alojamiento turístico en el medio rural, así como de la historia y tradiciones de Castilla-La Mancha en su ubicación y servicios. Las Ventas de Castilla-La Mancha no tendrán calificación.

2. Las Ventas de Castilla-La Mancha, cuya titularidad podrá ser ostentada por personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, deberán reunir los requisitos siguientes:

a) Estar situadas en un edificio con valor arquitectónico tradicional, histórico, cultural o etnográfico. Si el edificio ha sido reformado, deberá conservar su fisonomía original y la arquitectura tradicional de la comarca en que se ubiquen, sin que en ningún caso puedan superarse las tres alturas sobre rasante.

En el caso de edificios de nueva planta, será necesario:

1º.- Que el edificio esté originalmente concebido sin posibilidad de Anexos posteriores que deformen su morfología original.

2º.- Que el edificio tenga el siguiente aspecto volumétrico: una sección donde la parte delantera (hasta tres plantas) sea de mayor dimensión que las laterales y la posterior (hasta dos plantas) y el cuerpo principal en la parte delantera de la fachada conste de tres crujías o dimensión equivalente, teniendo el resto como máximo dos.

3º Que tenga un gran patio interior.

4º Que en la crujía interior del cuerpo principal se disponga de un espacio a doble altura a modo de gran chimenea.

5º.- Que en su construcción se utilicen materiales tradicionales de la comarca.

b) Que se encuentren ubicados en poblaciones del medio rural, sin que puedan situarse en las zonas de servidumbre definidas en la legislación de carreteras y en el resto del ordenamiento jurídico.

c) Cumplir el resto de requisitos específicos que se regulan en el Anexo I de este Decreto para este tipo de establecimiento y los requisitos previstos con carácter general en el Capítulo III para todos los alojamientos turísticos en el medio rural.

**Artículo 5. Red de Ventas de Castilla-La Mancha.**

La clasificación del alojamiento como Venta de Castilla-La Mancha supondrá

la entrada del mismo en la Red de Ventas de Castilla-La Mancha, la cual será objeto de una promoción singularizada por parte de la Administración de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, en el marco de la promoción turística regional. Asimismo, las Ventas de Castilla-La Mancha situadas en el itinerario ecoturístico y cultural de la Ruta de Don Quijote, tendrán una promoción diferenciada bajo la denominación de "Venta Ruta de Don Quijote".

**Artículo 6. Casas Rurales.**

1. Son casas rurales los alojamientos turísticos rurales que, cumpliendo los requisitos previstos con carácter general en el Capítulo III de este Decreto para todos los alojamientos turísticos en el medio rural, reúnan los requisitos establecidos en el Anexo II del presente Decreto.

2. En función de su régimen de explotación, las casas rurales se clasificarán en dos modalidades:

a) Casas rurales de alojamiento compartido, en las que el titular del establecimiento comparte el uso de la vivienda con una zona o Anexo dedicada al hospedaje.

b) Casas rurales de alquiler, en las que se cede el uso y disfrute de la vivienda en su totalidad o parte de la misma, sin la presencia de su titular.

3.- Las casas rurales se calificarán en una, dos o tres espigas, en función de los servicios que presten y la calidad de los mismos, de conformidad con lo establecido en el Anexo II de este Decreto.

**Artículo 7. Alojamientos rurales singulares.**

1. Son alojamientos rurales singulares aquellos establecimientos que por su excepcionalidad y especiales características o morfología, no puedan encuadrarse en ninguno de los restantes tipos de alojamiento turístico rural definidos en el artículo 3.1, tales como casas-cueva, molinos de agua o cabañas, siempre que se les otorgue esta condición mediante resolución de la Dirección General competente en materia de turismo.

2. Para la clasificación del alojamiento como singular, deberá presentarse informe técnico suscrito por arquitecto o arquitecto técnico colegiado en ejercicio, en el que se justifique la singularidad del alojamiento y, en su caso, la imposibilidad de cumplir con los requi-

sitos de clasificación de cada tipo de alojamiento previstos en este Decreto, así como las posibles mejoras que justifiquen su clasificación como alojamiento rural singular. En todo caso, para obtener la clasificación de alojamiento turístico singular será obligatorio el cumplimiento de los requisitos previstos con carácter general en el Capítulo III de este Decreto para todos los alojamientos turísticos en el medio rural.

**Artículo 8. Albergues rurales.**

Los albergues juveniles regulados en el Decreto 83/1998, de 28 de julio, sobre ordenación de los albergues juveniles y creación de la Red de Albergues Juveniles de Castilla-La Mancha, así como las instalaciones para estancias cortas dirigidas básicamente a personas o grupos de personas interesadas en el conocimiento de la comarca donde se ubiquen, en la naturaleza o en los modos de vida del medio rural, podrán ser clasificados como alojamientos turísticos en el medio rural, siempre y cuando estén ubicados en poblaciones del medio rural, ofrezcan al público, de modo habitual y profesional y mediante precio, el servicio de alojamiento en habitaciones múltiples y cumplan los requisitos generales exigibles en el Capítulo III del presente Decreto.

**Artículo 9. Complejos de turismo rural.**

1. Se entiende por complejo de turismo rural aquel establecimiento turístico en el medio rural que, reuniendo los requisitos previstos con carácter general en el Capítulo III de este Decreto para todos los alojamientos turísticos en el medio rural y los específicos establecidos en el Anexo III de este Decreto, cumplan las siguientes exigencias:

a) Estar compuesto por dos o más inmuebles que, constituyendo una unidad de explotación, tenga una capacidad en su conjunto mínima de veintinueve plazas y un máximo de doscientas cincuenta plazas.

b) No superar cada inmueble una capacidad máxima de alojamiento de veinte plazas.

c) No superar los inmuebles de alojamiento las dos plantas, salvo en el caso del edificio de servicios comunes que podrá contar con una tercera planta.

d) Estar dotados de zonas verdes comunes.

2. Los complejos de turismo rural deberán ofertar servicios complementarios, bien por sí mismos, bien a



través de contratación externa con empresas debidamente autorizadas y contar, con carácter previo a la solicitud ante la Administración turística, con autorización del proyecto por la Consejería competente en materia de urbanismo cuando éste se desarrolle en suelo rústico.

3. La rehabilitación y recuperación para alojamiento turístico de pequeños municipios abandonados podrá ser considerada complejo de turismo rural, siempre y cuando cumpla la limitación del número de plazas de alojamiento establecida en el apartado uno de este artículo y sin que puedan realizarse nuevas edificaciones.

Artículo 10. Explotaciones de agroturismo.

1. Se consideran explotaciones de agroturismo aquellas en las que su propietario, usufructuario o arrendatario legal, regente una explotación agrícola, ganadera o forestal y como actividad complementaria preste el servicio de habitación, con o sin servicio de comidas, mediante el pago de un precio, pudiendo realizar los clientes las actividades propias de la actividad principal del propietario, usufructuario o arrendatario legal.

2. Los servicios de alojamiento en las explotaciones de agroturismo se ofrecerán en los establecimientos que dispongan de la autorización previa y cumplan los requisitos previstos en este Decreto para las casas rurales de una espiga. El número máximo de habitaciones por establecimiento será de diez, con un máximo de veinte plazas, y deberá disponer, como mínimo, de un baño completo por cada cinco plazas de alojamiento.

3. Durante todo el tiempo en que se efectúe la explotación turística, deberá coexistir la explotación agrícola, ganadera o forestal a que se dedica la parcela o finca con los servicios turísticos que se presten. La existencia de explotación agrícola, ganadera o forestal deberá justificarse mediante la aportación del cualquier documento válido acreditativo de su establecimiento y titularidad, certificado de alta en el epígrafe correspondiente del Impuesto de Actividades Económicas y memoria de los trabajos agrícolas, ganaderos o forestales de la explotación, con su calendario correspondiente, en las que pueda participar activamente el cliente del alojamiento, documentación que deberá presentarse para la obtención de la preceptiva autorización. Una vez

obtenida la autorización mencionada, deberá asimismo presentarse, dentro del tercer trimestre natural de cada año, documentación justificativa de la continuidad de la explotación agrícola, ganadera o forestal a que se dedica la parcela o finca; en caso contrario, el órgano competente para resolver abrirá un procedimiento con audiencia del interesado para determinar la efectiva inactividad de la explotación, en cuyo caso la autorización concedida será revocada y el establecimiento dado de baja en el Registro de Empresas y Establecimientos Turísticos de Castilla-La Mancha. El procedimiento de revocación se tramitará en el plazo máximo de tres meses, transcurrido el cual se producirá la caducidad, en los términos establecidos en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

4. En las edificaciones que se pretendan destinar a agroturismo no se podrán realizar obras que signifiquen aumento del volumen edificado o que modifiquen su tipología arquitectónica original.

#### Capítulo III

Requisitos generales, servicios complementarios y garantías para los usuarios

Artículo 11. Requisitos generales de infraestructura de los alojamientos turísticos en el medio rural.

Sin perjuicio del cumplimiento de los requisitos específicos recogidos en el presente Decreto y sus Anexos para la obtención de la correspondiente calificación, todos los alojamientos turísticos en el medio rural deberán cumplir los siguientes requisitos generales:

- a) Los accesos deberán estar convenientemente señalizados. Los titulares del alojamiento rural deberán facilitar a los usuarios información sobre este extremo, pudiendo realizarse a través de croquis o plano de localización.
- b) Agua sanitaria. Deberán disponer de un depósito acumulador no inferior a 50 litros por plaza cuando el suministro no proceda de la red municipal de abastecimiento.
- c) Evacuación de aguas residuales a la red de alcantarillado público o fosa séptica.
- d) Energía eléctrica con potencia contratada suficiente en función de las necesidades del establecimiento de que se trate.

e) Servicio de depósito de basura conforme a las normas específicas aprobadas en su caso por los Ayuntamientos de los términos municipales en que se ubiquen los alojamientos.

f) Botiquín de primeros auxilios.

g) Extintores contra incendios en cocina y salón-comedor de al menos 5 kilogramos de carga, e instalados en lugar visible y de fácil acceso, de conformidad con las disposiciones vigentes. Habrá también, al menos, un extintor en planta alta y ático.

h) Calefacción.

i) Teléfono fijo cuando técnicamente sea posible.

j) Existencia de un contrato de seguro de responsabilidad civil vigente durante el periodo anual de apertura del establecimiento, que cubra los daños y lesiones que sufran los clientes por hechos que puedan ser imputables a los titulares del establecimiento o a las personas dependientes de los mismos.

Artículo 12. Camas supletorias.

1. Dentro del límite establecido para cada tipo de alojamiento turístico rural y acorde a las características técnicas del mismo, a solicitud del cliente podrán instalarse camas supletorias en aquellas habitaciones cuya superficie exceda en un veinticinco por ciento la mínima exigida según la categoría del establecimiento, no pudiendo instalarse más de una cama supletoria por habitación.

2. La instalación de cunas para niños menores de dos años deberá realizarse a petición del cliente, no teniendo en ningún caso la consideración de camas supletorias, como tampoco la tendrán los sofás-camas.

Artículo 13. Prestación de servicios.

1. Los titulares de los alojamientos turísticos en el medio rural serán responsables de la adecuada calidad en la prestación de los servicios que ofrecen, la cual se realizará de forma directa, individualizada y personal, o bien, por personal cualificado para dicha función.

2. Los titulares de casas rurales deberán ofertar los servicios establecidos en el presente Decreto como mínimo durante seis meses al año.

3. El titular o persona encargada estará localizable, en el propio establecimiento o a menos de una hora de distancia del término municipal donde éste se ubique, durante las veinticuatro horas del día, al objeto de solucionar

los problemas que pudieran plantearse en el mismo

**Artículo 14. Mantenimiento del establecimiento.**

1. Las instalaciones, mobiliario, elementos decorativos, enseres y menaje serán en todo momento los adecuados al nivel de calidad y a la clase y calificación que ostente el establecimiento y se mantendrán en las debidas condiciones de funcionamiento y limpieza.

2. En las casas rurales de alquiler podrá exponerse al público un inventario de las existencias de cocina, mobiliario y complementos existentes. Dicho inventario podrá presentarse a los clientes a su llegada y verificarse en su presencia, entendiéndose su conformidad si en el momento de la firma del mismo no formularan objeción.

3. Los titulares de las casas rurales de alquiler podrán exigir, para responder de la pérdida o deterioro de las instalaciones, mobiliario y enseres que sea imputable a los clientes, el depósito en el momento de ocupar el alojamiento de una cantidad no superior al cincuenta por ciento del importe total del precio pactado. Dicha fianza será reintegrada al cliente, previas las deducciones que en su caso precisen, al término del contrato de arrendamiento.

**Artículo 15. Servicio de comidas y restaurante**

1. Los titulares de alojamientos turísticos en el medio rural podrán ofertar, siempre que publiquen su precio, el servicio de comidas a sus clientes, siendo en todo caso la aceptación de este servicio de carácter voluntario para los mismos.

2. El servicio de restaurante será obligatorio en las Ventas de Castilla-La Mancha, con la categoría mínima de tres tenedores.

3. El servicio de restaurante, además de cumplir los requisitos generales ordenados en la normativa de establecimientos de restauración, deberá respetar al menos tres de las siguientes especialidades, respecto del régimen general de restaurantes:

- a) Que la decoración, mobiliario, vajilla y demás elementos sea adecuada a los modelos tradicionales de la comarca.
- b) Que la carta incorpore al menos dos platos y un postre de la gastronomía

tradicional de la comarca y así se especifique en la misma.

c) Que utilice preferentemente productos locales, comarcales o castellano-manchegos en general, en la preparación de las comidas.

d) Que utilice alimentos de agricultura ecológica.

e) Que ponga a disposición del cliente información relativa a las recetas tradicionales, así como de la propia comarca donde se encuentre ubicado el establecimiento.

f) Que oferte vinos de Castilla-La Mancha.

**Artículo 16. Otros servicios complementarios.**

1. Cuando los titulares de los alojamientos turísticos en el medio rural ofrezcan servicios complementarios, tales como el servicio de lavandería, aparcamiento, custodia de valores u otros similares, que no estén incluidos en el precio del alojamiento, deberán comunicarse previamente a la Delegación Provincial competente, debiendo, asimismo, dar la debida publicidad a sus precios y responsabilizarse de su adecuada prestación, siendo su utilización opcional para el cliente.

2. En ningún caso los alojamientos turísticos en el medio rural podrán prestar servicios de turismo activo sin que previamente se haya obtenido la oportuna autorización e inscripción registral, conforme al Decreto 77/2005, de 28 de junio, de Ordenación de las Empresas de Turismo Activo de Castilla-La Mancha, o bien se hayan contratado dichas actividades con entidades debidamente autorizadas e inscritas.

**Artículo 17.- Información y publicidad a los usuarios.**

1.- Los titulares de los establecimientos que presten servicios de alojamiento turístico en el medio rural deberán exponer de manera visible en tablón de anuncios sito en la entrada del establecimiento principal de la empresa y publicitar en su página web si la tuviera, la posibilidad de consulta por parte de sus clientes de toda la información relativa a los siguientes extremos:

- a) Número de registro con el que la empresa está inscrita como empresa de servicios de alojamiento turístico en el medio rural en el Registro de Empresas y Establecimientos Turísticos de Castilla-La Mancha.
- b) Existencia de un contrato de seguro de responsabilidad civil

c) Información detallada sobre los precios de los servicios ofertados. Las empresas que presten servicios de alojamiento turístico en el medio rural están obligadas a dar publicidad de los precios de venta al público que perciben por los servicios que prestan así como el régimen de cancelaciones.

d) Existencia de hojas de reclamaciones.

2.- En cualquier formato publicitario gráfico que se utilice, deberá constar el número de inscripción en el Registro de Empresas o Establecimientos Turísticos de Castilla-La Mancha, su clasificación y calificación.

**Artículo 18. Placas de identificación.**

1.- Las empresas que presten servicios de alojamiento turístico en el medio rural, autorizadas e inscritas como tales en el Registro de Empresas y Establecimientos Turísticos de Castilla-La Mancha habrán de exhibir obligatoriamente una placa de identificación, a efectos de información, en la que conste su número de registro y estarán colocadas en el exterior del alojamiento, junto a la puerta de entrada.

2.- El formato de la placa identificativa será establecido por Orden de la Consejería competente en materia de turismo, pudiendo introducir diferenciaciones en el diseño en función de la clasificación o, en su caso, calificación de los establecimientos.

**Artículo 19. Normas de régimen interior.**

Los titulares de los alojamientos de turismo en el medio rural podrán establecer, respecto al uso de los servicios e instalaciones por parte de las personas que estén alojadas en los mismos, las normas de régimen interior que consideren convenientes, las cuales deberán ser previamente comunicadas a la Delegación Provincial competente donde se ubique el establecimiento y puestas en conocimiento de los clientes a su llegada al establecimiento. Las citadas normas podrán contener el horario de prestación de los diversos servicios, las reglas a las que deben ajustar su estancia los clientes, las instrucciones de funcionamiento de los instrumentos y aparatos que dejan a su disposición, así como las indicaciones para la utilización racional de los recursos.

**Capítulo IV**

Autorización e Inscripción en el Registro de Empresas y Establecimientos Turísticos de Castilla-La Mancha

Artículo 20. Autorización e inscripción registral.

1. Las empresas y los titulares de establecimientos sujetos al presente Decreto deberán solicitar, con carácter previo al inicio de su actividad, la oportuna autorización de la Consejería competente en materia de turismo donde se sitúe el establecimiento. Asimismo, las empresas autorizadas serán inscritas en el Registro de empresas y establecimientos turísticos de Castilla-La Mancha, bajo el epígrafe y sub-epígrafe correspondiente.

2. La autorización y consiguiente inscripción registral de las Ventas de Castilla-La Mancha, albergues rurales y alojamientos rurales singulares queda atribuida a la Dirección General competente en materia de turismo, mientras que la competencia en relación a las casas rurales, complejos de turismo rural y explotaciones de agroturismo quedan atribuidas a la Delegación de la Consejería competente en materia de turismo de la provincia donde se ubique el alojamiento.

Artículo 21. Inicio del procedimiento.

1. La solicitud de autorización se efectuará mediante modelo normalizado e irá dirigida al órgano competente para resolver.

2. A la solicitud se acompañará la siguiente documentación:

a) Documentos que acrediten la personalidad del empresario:

a.1. Si es persona física, será obligatoria la presentación de la fotocopia compulsada del Documento Nacional de Identidad, pasaporte o documento que acredite su personalidad y nacionalidad.

a.2. Si es persona jurídica:

- Copia de la escritura de constitución y/o modificación, en su caso, inscrita en el Registro Mercantil, cuando esta inscripción fuera exigible, conforme a la legislación mercantil que le sea aplicable, y si no lo fuere, copia de la escritura o documento de constitución, estatutos o acto fundacional, en el que constaran las normas por las que se regula su actividad inscritos, en su caso, en el correspondiente Registro Oficial.

- Copia del código de identificación fiscal de la persona jurídica solicitante.

- Poder bastante al efecto y fotocopia del Documento Nacional de Identidad del representante.

b) Copia de la inscripción registral de los títulos de propiedad o usufructo, o del contrato de arrendamiento que

acredite la propiedad, usufructo o arrendamiento del bien inmueble donde se ubicará el alojamiento turístico.

c) Informe del Ayuntamiento correspondiente, emitido previamente al otorgamiento de la licencia municipal de apertura, acreditativo de la existencia de un sistema adecuado de eliminación de aguas residuales y recogida de basuras, suministro de agua y electricidad conforme a la potencialidad de alojamiento del establecimiento, y condiciones urbanísticas de habitabilidad y seguridad exigidas por la normativa urbanística y sectorial.

d) Cuatro fotografías de la fachada exterior del inmueble. Si tuviera varios vientos, las fotos serán de cada una de las fachadas de dichos vientos.

e) Relación de las unidades de alojamiento, con indicación del número o nombre que las identifique, superficie, capacidad en plazas, y servicios de que estén dotadas. Planos de distribución interior de planta, a escala 1/100, indicando el destino y superficie de cada dependencia.

f) En su caso, normas de régimen interior que regirán en el establecimiento.

g) Copia de la póliza del seguro de responsabilidad civil contratado y del recibo acreditativo del pago.

h) Cualquier otro documento que apoye la clasificación y calificación solicitadas en la tipología y categoría pretendidas.

i) En el caso de los alojamientos rurales singulares, informe técnico y demás documentación exigida en el artículo 7.

Todas las copias de documentos se presentarán compulsadas administrativamente o legalizadas notarialmente.

Artículo 22. Instrucción del procedimiento.

1. Una vez recibida la solicitud de autorización acompañada de los documentos señalados en el artículo anterior, la Delegación Provincial instruirá el correspondiente procedimiento y una vez subsanados los defectos en su caso observados, la Inspección de turismo informará, previa visita al establecimiento, del estado y características de las instalaciones proponiendo la clasificación y calificación que, en su caso, corresponda. En el supuesto de Ventas de Castilla-La Mancha situadas en el itinerario ecoturístico y cultural de la Ruta de Don Quijote, se solicitará informe preceptivo acerca de la ubicación real del establecimiento en el mencionado itinerario, al órgano competente para su gestión y mantenimiento.

2. En el supuesto de que el establecimiento solicitante no pudiera cumplir con los requisitos establecidos para su clasificación como casa rural y su calificación en la categoría correspondiente, la Inspección de turismo emitirá informe en el plazo de un mes desde que la presentación de la solicitud, respecto del cumplimiento de los criterios de compensación establecidos en el apartado 1) del Anexo II de este Decreto.

Artículo 23. Resolución.

1. La autorización se otorgará por el órgano competente según lo dispuesto en el artículo 20.2 de este Decreto.

2. Transcurridos tres meses desde la presentación de la solicitud sin haberse notificado resolución expresa, se entenderá estimada por silencio administrativo, en cuyo caso la empresa deberá solicitar de la Delegación Provincial en la que hubiere presentado la solicitud, su número de registro como empresa de alojamiento turístico en el medio rural.

Artículo 24. Modificación.

Para realizar cualquier modificación en las actividades de una empresa que preste servicios con el alojamiento turístico en el medio rural, que pudiera afectar a su titularidad o a cualquiera de los requisitos o características por los que se inscribió en el Registro de Empresas y Establecimientos Turísticos de Castilla-La Mancha, será precisa la comunicación previa a la Delegación Provincial de la Consejería competente en materia de turismo correspondiente, presentando con carácter previo, la documentación acreditativa de cada modificación.

Artículo 25. Cese de las actividades.

1. Los titulares de los establecimientos que presten servicios de alojamiento turístico en el medio rural tienen la obligación de comunicar en el plazo de un mes a la Delegación Provincial correspondiente el cese de sus actividades.

2. Se procederá a la baja de oficio por parte de la correspondiente Delegación Provincial y la cancelación de la inscripción en el Registro de Empresas y Establecimientos Turísticos de Castilla-La Mancha, previo trámite de audiencia al interesado, cuando la Consejería competente en materia de turismo o cualesquiera órganos o servicios de la Administración de la Junta de Comunidades de Castilla-La Man-

cha, tengan constancia del cese de actividades, así como por la no prestación de las mismas por espacio superior a un año.

Artículo 26. Libro de Inspección y hojas de reclamaciones.

1. Efectuada la inscripción de la empresa en el Registro de Empresas y Establecimientos Turísticos de Castilla-La Mancha, las Delegaciones Provinciales de la Consejería competente en materia de turismo correspondientes les facilitarán el libro de inspección a que se refiere el artículo 56 de la Ley 8/1999, de 26 de mayo, de Ordenación del Turismo de Castilla-La Mancha.

2. Las hojas de reclamaciones serán facilitadas por la Consejería competente en materia de consumo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, rigiéndose por su normativa específica.

Artículo 27.- Disciplina turística.

Las infracciones cometidas contra lo dispuesto en el presente Decreto darán lugar a la correspondiente responsabilidad administrativa, en los términos establecidos en el Título IX de la Ley 8/1999, de 26 de mayo, de Ordenación del Turismo en Castilla-La Mancha.

Disposición Adicional. Hoteles rurales.

Los establecimientos hoteleros, en aplicación del artículo 6 del Decreto 4/1989, de 16 de enero, de Ordenación y Clasificación de establecimientos hoteleros, podrán obtener el reconocimiento de su especialización como rurales cuando cumplan los requisitos previstos en el Anexo IV de este Decreto. En el caso de los hoteles rurales, la placa identificativa establecida por el artículo 7 del Decreto 4/1989, de 16 de enero, incluirá las correspondientes estrellas en verde.

Disposiciones Transitorias.

Primera.

Los establecimientos que, a la entrada en vigor de este Decreto, estuvieran dados de alta en el Registro de Empresas y Establecimientos Turísticos de Castilla-La Mancha bajo el epígrafe de "Casa Rural", deberán adaptar las instalaciones a sus prescripciones en el plazo máximo de tres años desde la entrada en vigor, procediéndose a su correspondiente calificación.

Segunda.

Los procedimientos para la autorización de casas rurales que se encuentren en tramitación a la entrada en vigor de este Decreto, se regirán por la normativa anterior, sin perjuicio de lo dispuesto en la Disposición Transitoria Primera de este Decreto.

Disposición Derogatoria.

Queda derogado el Decreto 43/1994, de 16 de junio, de ordenación del alojamiento turístico en casas rurales, así como cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo establecido en este Decreto.

Disposiciones Finales.

Primera. Facultades de desarrollo.

Se faculta al titular de la Consejería competente en materia de turismo a dictar cuantas disposiciones sean necesarias para el desarrollo de este Decreto.

Segunda. Entrada en vigor

El presente Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de Castilla-La Mancha.

Dado en Toledo, el 11 de julio de 2006

El Presidente

JOSÉ MARÍA BARREDA FONTES

El Consejero de Industria y Tecnología  
JOSÉ MANUEL DÍAZ-SALAZAR  
MARTÍN DE ALMAGRO

Anexo I

Requisitos específicos para obtener la clasificación administrativa como Venta de Castilla-La Mancha

A) Requisitos específicos.

Las Ventas de Castilla-La Mancha deberán contar, como mínimo, con las siguientes instalaciones y servicios generales:

1. Vestíbulo, de 0,50 metros cuadrados por cada plaza de alojamiento de superficie mínima, con recepción y conserjería permanente las 24 horas del día.
2. Calefacción con regulador de temperatura, tanto en las habitaciones como en las zonas comunes.
3. Climatización en las zonas de uso común. No será necesaria su instalación cuando, por la estructura y condi-

ciones del edificio, la temperatura ambiente no lo requiera.

4. Teléfono en áreas reservadas ubicadas en zonas comunes y dos ordenadores con conexión permanente a Internet cuando el municipio en que se ubique disponga de red para la conexión.

5. Servicios higiénicos generales para clientes, independientes para señoras y caballeros, ubicados en zonas comunes.

6. Sistemas y medidas de protección contra incendios, de acuerdo con lo que establezca la legislación vigente.

7. Una plaza de aparcamiento de un vehículo tipo turismo por cada habitación.

8. La adaptación correspondiente del edificio a la Ley 1/1994, de 24 de mayo, de Accesibilidad y Eliminación de Barreras en Castilla-La Mancha y el Decreto 158/1997 de 2 de diciembre, del código de accesibilidad de Castilla-La Mancha. En caso de que por motivos arquitectónicos relacionados con el edificio en que se ubique, no pueda procederse a dicha adaptación, deberá acompañarse un catálogo de medidas para facilitar la autonomía individual, informe justificativo suscrito por Arquitecto técnico colegiado en ejercicio e informe del órgano competente en materia de accesibilidad de la Administración de la Junta.

9. Zona verde o ajardinada a disposición de los clientes, con una superficie mínima de 0,80 metros cuadrados por cada plaza de alojamiento, equipada con mobiliario acorde con el entorno y opcionalmente piscina de temporada con solarium natural Anexo.

10. En caso de edificaciones en suelo rústico, no podrán situarse a una distancia inferior a kilómetro y medio respecto de las instalaciones o actividades nocivas, insalubres o peligrosas.

11. Cafetería de primera categoría y restaurante de tres tenedores, en un espacio proporcional al número de habitaciones.

B) Habitaciones. Las Ventas de Castilla-La Mancha deberán ofertar un mínimo de 20 habitaciones individuales o dobles dedicadas al alojamiento de huéspedes, sin contar en su caso las ocupadas por el núcleo familiar. Las habitaciones deberán reunir, como mínimo, las siguientes características:

1. Serán individuales o dobles, debiendo tener una superficie útil mínima de 13 metros cuadrados las primeras, y de 17 metros cuadrados las segundas, excluyéndose del cómputo la superficie destinada a terrazas y baños.
2. La iluminación y ventilación serán amplias y directas al exterior, o a patios no cubiertos.



3. Las habitaciones estarán dotadas del aislamiento necesario para preservarlas de los ruidos e impedir el paso de la luz a voluntad del cliente.
4. Contarán con mobiliario y equipamiento con un excelente nivel de calidad y en perfecto estado de uso y conservación.
5. Dispondrán de servicio telefónico permanente y televisión.
6. En las habitaciones con techos abuhardillados al menos el 60% de la superficie de la habitación tendrá una altura superior a 2,5 metros.
7. Los cuartos de baño, siempre incorporados a los dormitorios, estarán equipados con lavabo, inodoro con cierre hidráulico, bañera con ducha, bidé, espejo y una toma de corriente eléctrica al lado del mismo. El suministro de agua caliente será permanente, con presión suficiente y a una temperatura superior a 40° C.
8. Calefacción y aire acondicionado, con regulador de temperatura en cada habitación, adecuados a la superficie de la misma.
9. El mobiliario mínimo de los dormitorios estará formado por camas individuales o dobles con una anchura mínima al menos 1,05 metros de ancho y 1,90 metros de largo y 1,50 metros de ancho por 2,00 metros de largo, según sean individuales o dobles, contando además con una lencería de excelente calidad, dotadas de somier de láminas de madera, colchón, almohada ergonómica y ropa de cama, todo ello de calidad excelente. Estarán dotados de armario ropero empotrado o no, de una anchura mínima de 1,50 metros, con perchas adecuadas y punto de luz con interruptor a ambos lados de la cama.
10. Se prestará servicio de habitaciones durante las veinticuatro horas al día.

C) Salones, comedores y cocinas.

1. Las superficies destinadas a salones y comedores guardarán relación con la capacidad del establecimiento, de forma que se garantice a los usuarios una estancia confortable. En todo caso la superficie de cada salón no será inferior a 1,30 metros cuadrados por cada plaza de alojamiento, ni la del comedor a 1,50 metros cuadrados por cada plaza de alojamiento.
2. Los salones y comedores deberán estar debidamente equipados y con el mobiliario en perfecto estado de uso y conservación, con un nivel de calidad excelente.
3. Las superficies de las cocinas e instalaciones anejas guardarán relación directa con el espacio destinado a

comedor y deberán estar debidamente equipadas, en consonancia con el número de plazas que se ofrecen, garantizándose en cualquier caso la correcta evacuación de humos y olores para causar las mínimas molestias a los clientes. A tal efecto, las cocinas dispondrán de ventilación directa o forzada para la renovación de aire, extractor de humos, agua caliente, adecuados sistemas y aparatos para la conservación de los alimentos y recipientes de basuras de cierre hermético, además de puertas de acceso a la cocina desde el comedor con cierre de goma hermético. Los suelos y paredes estarán revestidos de materiales no porosos, ignífugos y de fácil limpieza.

D) Otras instalaciones.

1. Las Ventas de Castilla-La Mancha deberán contar, al menos, con un salón adaptado para la celebración de convenciones, conferencias y otros eventos, con una superficie de 2 metros cuadrados por cada plaza de alojamiento, así como con equipamiento audiovisual al efecto, pudiendo variar dicha superficie por motivos arquitectónicos debidamente justificados mediante informe de arquitecto técnico.
2. Las Ventas ubicadas en el itinerario ecoturístico y cultural de la Ruta de Don Quijote, deberán contar además con las siguientes instalaciones singulares:
  - Puesto de venta de productos típicos castellano-manchegos y obsequios.
  - Zona de aparcamiento de bicicletas.
  - Caballeriza.
  - Un espacio para material promocional de la Ruta de Don Quijote y de los lugares de interés turístico, cultural y medioambiental más próximos.

E) Requisitos de promoción para la inclusión de estos establecimientos en la Red de Ventas de Castilla-La Mancha.

Con motivo de su inclusión en la Red de Ventas de Castilla-La Mancha, las Ventas de Castilla-La Mancha deberán elaborar una memoria, en formato Macromedia Freehand o cualquier otro formato editable, comprensiva de los siguientes apartados:

1. La Venta de Castilla-La Mancha: En este apartado deberá reflejarse la fotografía de la Venta, su teléfono, fax, dirección de correo electrónico y dirección postal. Además contendrá una breve explicación del edificio en que se ubique (tanto si es de nueva planta

como si no lo es), capacidad del mismo en sus diferentes instalaciones, servicios complementarios que preste a modo enunciativo, atractivos turísticos situados en su zona de influencia (en un radio de 50 kilómetros aproximadamente), nombre y apellidos del director del establecimiento y tarjetas de crédito aceptadas.

2. Cómo llegar: En este apartado deberán reflejarse los accesos a la Venta de Castilla-La Mancha por carretera, así como las estaciones de trenes y autobuses más próximas y aeropuertos, reflejando las distancias hasta la Ventas de Castilla-La Mancha. Además se incluirá un mapa de localización.

3. Cómo disfrutarla: En este apartado deberán reflejarse aspectos tales como la gastronomía y artesanía típicas de la comarca, los platos típicos que la Ventas de Castilla-La Mancha incluya en su carta, las actividades complementarias que ofrezca, las fiestas de los municipios en que se ubiquen y de los que le rodean, excursiones y/o rutas turísticas contratables desde la propia Venta.

4. Servicios e instalaciones: En este apartado deberán reflejarse todos los servicios e instalaciones de la Ventas de Castilla-La Mancha mediante un sistema infográfico que será fijado mediante Orden de la Consejería competente en materia de turismo.

5. Álbum de fotos: En este apartado deberán incluirse un mínimo de diez fotografías de la Venta de Castilla-La Mancha de que se trate, debiendo en todo caso incluirse dos del exterior, otra de la recepción, otra de cada una de las habitaciones, otra del restaurante y otra de salones u otros servicios comunes disponibles.

6. Reservas y tarifas: Deberá constar el precio del alojamiento. La publicación del precio para el resto de servicios no será obligatoria.

El material a que se refiere este apartado deberá ser enviado a la Dirección General competente en materia de turismo para que la correspondiente Inspección de turismo emita un informe preceptivo sobre su contenido, remitiéndose a dicho órgano con la solicitud de autorización o modificaciones que pudieran solicitarse y posteriormente, entre el 1 de agosto y el 31 de octubre de cada año natural.

F) Dispensas.

Para las adaptaciones a las medidas mínimas de superficies de las diferentes estancias establecidas en este Anexo, en caso de que por motivos

arquitectónicos relacionados con el edificio en que se ubique, no pueda procederse a dicha adaptación, deberá acompañarse Informe justificativo suscrito por Arquitecto o arquitecto técnico colegiado en ejercicio sobre dicha imposibilidad y sobre el valor arquitectónico del edificio, e informe de la Inspección de turismo de la Delegación Provincial correspondiente, sobre el efectivo cumplimiento de al menos cuatro de los siguientes requisitos:

1. Bañera o columna de hidromasaje en el 80% de las habitaciones.
2. Piscina de temporada.
3. Gimnasio.
4. Sauna con capacidad para 12 personas.
5. Minibar gratuito en todas las habitaciones.
6. Habitaciones con salón incorporado en la habitación, de 8 metros cuadrados como mínimo.

#### Anexo II

Criterios de calificación de las Casas Rurales

#### A) Emplazamiento.

1. Las casas rurales de dos espigas no podrán situarse en las zonas de servidumbre conforme a lo previsto en la legislación de carreteras. En caso de edificaciones en suelo rústico, tampoco podrán situarse a una distancia inferior a quinientos metros respecto de las instalaciones o actividades nocivas, insalubres o peligrosas, en los términos recogidos en la normativa en vigor.
2. Las casas rurales de tres espigas no podrán situarse en las zonas de servidumbre conforme a lo previsto en la legislación de carreteras. En caso de edificaciones en suelo rústico, tampoco podrán situarse a una distancia inferior a un kilómetro respecto de las instalaciones o actividades nocivas, insalubres o peligrosas, en los términos recogidos en la normativa en vigor

#### B) Superficie de las habitaciones.

Las superficies mínimas de las habitaciones, excluyendo el cómputo la superficie ocupada por los baños, en las distintas categorías, son las siguientes:

1. Las habitaciones de las casas rurales de una "espiga", serán individuales o dobles, debiendo tener una superficie útil mínima de 8 metros cuadrados las primeras y de 12 metros cuadrados las segundas, excluyéndose del cómputo la superficie destinada a terrazas y baños

2. Las habitaciones de las casas rurales de dos "espigas", serán individuales o dobles, debiendo tener una superficie útil mínima de 10 metros cuadrados las primeras y de 14 metros cuadrados las segundas, excluyéndose del cómputo la superficie destinada a terrazas y baños

3. Las habitaciones de las casas rurales de tres "espigas", serán individuales o dobles, debiendo tener una superficie útil mínima de 12 metros cuadrados las primeras y de 16 metros cuadrados las segundas, excluyéndose del cómputo la superficie destinada a terrazas y baños

#### C) Equipamiento de los dormitorios.

El mobiliario mínimo de los dormitorios estará formado por camas individuales o dobles con una anchura mínima de 0,8 y 1,35 metros por 1,90 de largo respectivamente, dotadas de somier, colchón, almohada y ropa de cama, mesillas de noche, silla o butaca por ocupante previsto, armario ropero empotrado o no, con perchas adecuadas y punto de luz con interruptor al lado de la cama todo ello de calidad.

#### D) Número de baños.

La relación entre capacidad de las casas rurales y número de baños para uso exclusivo de los clientes, según categorías, queda establecida en los siguientes términos:

1. En cualquier caso, se exige que las casas rurales de contratación individualizada de habitaciones, de dos "espigas", tengan incorporado el baño en, al menos, el 50% de las habitaciones.
2. Las casas de tres "espigas", de contratación individualizada de habitaciones, deberán tener baño en todas las habitaciones.

#### E) Superficie del salón.

La superficie destinada al salón guardará, en relación con la capacidad del establecimiento, la siguiente proporción:

1. En las casas rurales de dos "espigas", la superficie del salón no podrá ser inferior a 1'5 metros cuadrados por cada plaza de alojamiento, con un mínimo de 15 metros cuadrados.
2. En las casas rurales de tres "espigas", su superficie no podrá ser inferior a 2 metros cuadrados por cada plaza de alojamiento, con un mínimo de 20 metros cuadrados

#### F) Espacios exteriores.

1. En las casas rurales de dos "espigas" existirá un porche o terraza para

disfrute de los clientes, equipada con mobiliario acorde con el entorno, así como una zona de aparcamiento garantizada para uso exclusivo de los clientes.

2. Las casas de tres "espigas" contarán además con una zona verde o ajardinada a disposición de los clientes, equipada con mobiliario acorde con el entorno, así como con una zona de aparcamiento garantizada para uso exclusivo de los clientes.

#### G) Número de habitaciones.

Las casas rurales deberán ofertar un máximo de doce y un mínimo de dos habitaciones individuales o dobles dedicadas al alojamiento de huéspedes, sin contar las ocupadas por el núcleo familiar, en su caso. En ningún caso se podrán superar las 24 plazas de alojamiento, exceptuadas las camas supletorias.

#### H) Casas rurales de alquiler.

Las casas rurales de alquiler deberán cumplir, según la categoría a la que opten, los siguientes requisitos:

1. Para acceder a la categoría de tres "espigas" será requisito imprescindible que el titular o persona encargada se encuentre permanentemente en el núcleo de población donde radique el establecimiento.

2. Con independencia de lo establecido en el apartado anterior y en el resto de artículos de la presente disposición, para acceder a la categoría de tres "espigas", las casas deberán reunir, al menos, tres de los siguientes requisitos:
  - Que un 20% de las habitaciones sean totalmente accesibles, así como el 100% en las zonas comunes, conforme a la Ley 1/1994 de 24 de mayo, de accesibilidad y eliminación de barreras en Castilla-La Mancha y el Decreto 158/1997, de 2 de diciembre, del código de accesibilidad de Casilla-La Mancha.

- Disponer de mobiliario y decoración, preferentemente autóctonos, habiendo de ser, en todo caso, de excelente calidad.

- Disponer de salón con chimenea, televisión y de una biblioteca para uso de los clientes.

- Contar con un área de recreo infantil.

#### 3. Equipamiento:

- La cocina de las casas rurales de alquiler estará equipada con fregadero y grifo monomando, cocina con dos fuegos y extractor de humos, horno, refrigerador y una despensa que podrá ser sustituida por armarios o anaqueles suficientes para los víveres y utensilios, contando asimismo con vajilla, cristalería, cubertería, menaje y batería

de cocina, todo ello en proporción a la capacidad máxima del establecimiento. Deberá disponer también de lavadora, plancha y tabla de planchar, salvo que el titular de la casa oferte como complementario el servicio de lavandería.

- Las casas rurales de alquiler de dos "espigas" además, deberán contar además con microondas, que sustituirá al horno si tiene grill, y cafetera, además de frigorífico con sistema No-frost. La televisión deberá ser al menos de 21 pulgadas. La vajilla será de un número suficiente de servicios contando con 2 piezas como mínimo de cada tipo de plato (hondo, llano y postre), por cada plaza de alojamiento, y la cristalería deberá contener como mínimo, a razón de dos piezas por cada plaza de alojamiento, copas de vino y de agua, y vasos para refrescos.

- En las casas rurales de alquiler de tres "espigas", además, la cocina será de vitrocerámica y dispondrán de aparato congelador y lavavajillas. La televisión deberá ser al menos de 25 pulgadas y contar con aparato reproductor de DVD. La vajilla será de un número suficiente de servicios constando 3 piezas como mínimo de cada tipo de plato (hondo, llano y postre), por cada plaza de alojamiento, y la cristalería deberá contener como mínimo, a razón de tres piezas por cada plaza de alojamiento, copas de vino y de agua, y vasos para refrescos.

#### l) Compensación.

El incumplimiento de alguno de los criterios establecidos para la calificación de las casas rurales podrá ser compensado mediante la obtención de una puntuación igual o superior a 110 puntos, en el supuesto de que se pretenda la calificación de tres espigas, 75 puntos, en el supuesto de que se pretenda la calificación como casa rural de dos espigas, y 50 puntos, en el supuesto de que se pretenda la calificación como casa rural de una espiga, conforme a los siguientes criterios:

1. La antigüedad de al menos veinte años o singularidad de la edificación, así como la existencia de construcciones anexas tradicionales: 5 puntos.

2. La ubicación; las casas rurales ubicadas en municipios de menos de cinco mil habitantes: 10 puntos.

#### 3. Señalización:

a) Suficiente para llegar a la Casa Rural con un mínimo de 4 báculos informativos: 2 puntos.

b) Suficiente para llegar a la Casa Rural con un mínimo de 2 báculos informativos: 1 punto.

4. Estacionamiento de vehículos de los huéspedes, dotado de firme regular y en proporción de 1 vehículo por cada habitación:

a) Contiguo a la Casa Rural: 2 puntos.

b) A menos de 50 metros: 1 punto.

5. Acceso a la Casa Rural:

a) Pavimentado: 2 puntos.

b) Dotado de firme regular: 1 punto.

6. Estética de la fachada exterior:

a) Muy cuidada: 2 puntos.

b) Cuidada: 1 punto.

7. Terraza o porche cubierto:

a) Dotada de mobiliario para exterior de línea rústica: 2 puntos.

b) Dotada de mobiliario para exterior: 1 punto.

8. Entorno exterior propio de la Casa Rural adaptado para el uso de los clientes: 2 puntos.

9. Suelo de madera pulida, parquet o tarima flotante:

a) En toda la casa, salvo cuartos fríos: 2 puntos.

b) Sólo en los dormitorios: 1 punto.

10. Independencia de la zona de huéspedes respecto de la vivienda del titular:

Totalmente independiente, en plantas distintas: 2 puntos.

11. Superficie del Salón exclusivo para los huéspedes:

a) Superior a 3 metros cuadrados por plaza de alojamiento: 2 puntos.

b) Superior a 2'5 metros cuadrados por plaza de alojamiento: 1 punto.

12. Decoración del Salón de carácter rural (conjunto de suelos, paredes, techos, puertas, muebles, enseres y similares): 2 puntos

13. Calefacción individual regulable por el cliente en todas las habitaciones: 2 puntos.

14. Depósito suplementario de agua con capacidad mínima de 100 litros por persona y día y autonomía suficiente para dos días: 1 punto.

15. Existencia de grupo electrógeno: 1 punto.

16. Chimenea:

a) En el Salón: 2 puntos.

b) En todas o algunos de los dormitorios (mínimo 2): 3 puntos.

17. Elementos de protección luminosa de las habitaciones que permitan el total oscurecimiento: 2 puntos.

18. Calidad de los colchones:

De muelles con menos de un año de antigüedad o de tejido ignífugo: 3 puntos.

19. Elementos de decoración de las habitaciones:

a) De carácter rural: 2 puntos.

b) De carácter no rural pero armoniosa con el entorno: 1 punto.

20. Estilo tradicional del mobiliario de las habitaciones: 2 puntos

21. Dotaciones de las habitaciones, siendo estos puntos acumulables:

a) Escritorio completo para uso de día y de noche: 1 punto.

b) Punto de lectura nocturna: 1 punto.

c) Espacio para estar (dotado de sofá o sillones y mesita): 3 puntos.

22. Armarios en las habitaciones:

a) Dimensiones superiores a 80 x 1,30: 2 puntos.

b) Dimensiones superiores a 60 x 1,10 o empotrados: 1 punto.

23. Baños de la Casa Rural, con carácter acumulativo:

a) Existencia de al menos un baño exclusivo y con acceso desde la habitación: 4 puntos.

b) Superficie de los baños: Igual o superior a 6 metros cuadrados: 2 puntos.

24. Accesibilidad: Cumplimiento de todas las previsiones contenidas en la Ley 1/1994, de 24 de mayo, de accesibilidad y eliminación de barreras en Castilla-La Mancha y el Decreto 158/1997, de 2 de diciembre, del código de accesibilidad de Castilla-La Mancha: 10 puntos.

25. Confort. Contar con los elementos siguientes:

a) Jacuzzi: 3 puntos.

b) Hidromasaje: 3 puntos.

c) Sauna: 2 puntos.

d) Piscina de temporada: 4 puntos.

e) Gimnasio: 2 puntos.

26. Servicios al cliente:

a) Servicio de comidas: 1 punto.

b) Restaurante: 4 puntos.

c) Servicio de desayuno en las habitaciones: 2 puntos.

d) Carta de almohadas: 1 punto.

e) Conexión a internet: 1 punto.

f) Material informativo de calidad sobre la comarca (folletos, DVD's, planos de recursos turísticos...): 2 puntos.

g) Contar con página web actualizada: 2 puntos.

h) Contar con correo electrónico: 1 punto.

i) Promoción propia de la casa rural (folletos propios y asistencia a Ferias de Turismo): 2 puntos.

j) Teléfono a disposición de los clientes: 2 puntos.

k) Elementos de ocio a disposición de los clientes (Televisión, video, cadena musical, juegos de mesa, de entretenimiento y similares, excluidos juegos de naipes y similares):

- 4 elementos: 1 punto.

- 8 o más elementos: 2 puntos.

l) Existencia de Actividades externas complementarias al alojamiento:

- Actividades guiadas o con monitores: 3 puntos.

- Actividades sin guía o monitorización: 2 puntos.

- Lugares pintorescos en el término municipal de la casa rural: 2 puntos.

27. Marca "Q" de calidad turística española:

a) Haber obtenido la marca "Q" de calidad turística española: 10 puntos.  
b) Haber iniciado los trámites para su obtención: 3 puntos.

28. Autoabastecimiento eléctrico, mediante placas solares: 10 puntos.

29. Uso de productos artesanos:

a) Utilización en los elementos de decoración de productos artesanos de Castilla-La Mancha: 5 puntos.

b) Utilización de productos artesanos en los elementos de construcción y acabados: 5 puntos.

#### Anexo III

##### Requisitos de los Complejos Turísticos Rurales

Las condiciones particulares mínimas de los complejos turísticos rurales serán las mismas que las del Hotel-Apartamento de tres estrellas regulado en el Decreto 4/1989, de 16 de enero, de Ordenación y Clasificación de establecimientos hoteleros, con las siguientes prescripciones específicas:

- a) Climatización en zonas de uso común de los clientes y en las habitaciones.
- b) Cocina opcional en cada uno de los inmuebles.
- c) Piscina adaptada a la normativa que le sea de aplicación.
- d) Área recreativa infantil adaptada a la normativa que le sea de aplicación.

#### Anexo IV

##### Especialización de los Establecimientos Hoteleros

Los establecimientos hoteleros que pretendan obtener su especialización como rural, deberán estar ubicados en poblaciones del medio rural, conforme a la definición del mismo dada por el presente Decreto, y respetar en su edificación la morfología y diseño de la arquitectura tradicional de la comarca en que se ubiquen, o estar emplazados en un edificio con valor arquitectónico tradicional, histórico o cultural del medio rural, siempre y cuando en su edificación no superen las tres alturas sobre rasante. Quedan excluidos del presente Decreto los moteles y las pensiones. Son por tanto establecimientos hoteleros rurales:

- a) Hoteles rurales de cinco, cuatro, tres, dos y una estrella.
- b) Hoteles-Apartamentos rurales de cinco, cuatro, tres, dos y una estrella.
- c) Hostales rurales.

\*\*\*\*\*

#### **Resolución de 30-06-2006, de la Dirección General de Industria y Energía, de modificación de las resoluciones de 06-06-2006, sobre autorización administrativa y aprobación de proyecto de la instalación eléctrica (Ref:2703/13).**

Visto el expediente incoado en la Delegación Provincial de Industria y Tecnología de Albacete y esta Dirección General de Industria y Energía para la autorización administrativa y aprobación de proyecto de la siguiente instalación eléctrica:

Referencia: 2703/13 (Ref. Delegación: 02250400350).

Peticionario: Enerpal Madrid, S.L.. con domicilio a efectos de notificaciones en c/ Islas Filipinas, 50, 8º, A- 28003 Madrid.

Ubicación: Polígono 19, parcela 25, 51 y 52 - Mahora (Albacete).

Características:

Instalación solar fotovoltaica de 2.800 Kw nominales, que consta de 28 instalaciones individuales de 100 kw.

Veintiocho transformadores de 100 kVA agrupados en cuatro centros, tres de 8x100 kVA y uno de 4x100 kVA.

Línea eléctrica aéreo-subterránea de 372,42 m hasta la L.A.M.T. a 20 kV, propiedad de Iberdrola Eléctrica Distribución S.A.U..

Finalidad: Producción de energía eléctrica por generación fotovoltaica, transformación a media tensión y evacuación a la red de distribución.

#### Antecedentes de hecho.

Primero: Con fecha 6 de junio de 2006 se dictó Resolución de la Dirección General de Industria y Energía sobre autorización administrativa de la instalación de referencia.

Segundo: Con fecha 6 de junio de 2006 se dictó Resolución de la Dirección General de Industria y Energía sobre aprobación de proyecto de la instalación de referencia.

Tercero: Con fecha 20 de junio de 2006 la empresa promotora solicitó en la Delegación Provincial de Industria y Energía en Albacete la modificación de las Resoluciones sobre autorización administrativa y aprobación de proyecto ya que por error administrativo la empresa promotora ubicó sus instalaciones inicialmente en el polígono 19 parcela 48, siendo en realidad la ubi-

cación correcta, el polígono 19 parcelas 25, 51 y 52. La Delegación Provincial de Industria y Energía en Albacete, informó de dicho error a esta Dirección General Industria y Energía en fecha 28 de junio proponiendo la modificación de las resoluciones anteriormente citadas.

A estos antecedentes de hecho son aplicables los siguientes

#### Fundamentos de derecho:

Primero: Esta Dirección General de Industria y Energía es el órgano competente para la autorización administrativa y aprobación de proyecto de instalaciones eléctricas de conformidad con lo establecido en el Real Decreto 1955/2000, de 1 de diciembre.

Cumplidos los trámites reglamentarios y analizada la documentación presentada.

Vistos el Real Decreto 1955/2000, de 1 de diciembre, por el que se regulan las actividades de transporte, distribución, comercialización, suministro y procedimientos de autorización de instalaciones de energía eléctrica; el Real Decreto 445/1985, de 23 de enero, modificado por el Real Decreto 378/1995, de 10 de marzo, por el que se establece el traspaso de funciones y servicios del Estado a la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha en materia de industria y energía; el Decreto 89/2004, de 11 de mayo, por el que se establece la estructura orgánica y competencias de la Consejería de Industria y Tecnología; la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común; la Ley 3/1984, de 25 de abril, de Régimen Jurídico del Gobierno y de la Administración; y demás legislación concordante de aplicación.

En su virtud resuelvo: Modificar las resoluciones de 6 de junio de 2006 sobre autorización administrativa y aprobación de proyecto de la instalación eléctrica, con las características anteriormente indicadas, donde se incluye la ubicación definitiva de la instalación.

La presente Resolución no pone fin a la vía administrativa y contra la misma podrá interponerse Recurso de Alzada ante el Excmo. Sr. Consejero de Industria y Tecnología, de acuerdo con el artículo 114 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del



**Consejería de Cultura, Turismo y Artesanía. Decreto 348/2008, de 09-12-2008, por el que se modifican determinadas disposiciones del Decreto 93/2006 de 11 de julio, de Ordenación del Alojamiento Turístico en el Medio Rural de Castilla-La Mancha.**

El Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha, aprobado por Ley Orgánica 9/1982, de 10 de agosto, establece en su artículo 31.1.18ª la competencia exclusiva de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha en materia de promoción y ordenación turística, competencia que fue desarrollada por la Ley 8/1999, de 26 de mayo, de Ordenación del Turismo de Castilla-La Mancha.

Transcurridos dos años desde la entrada en vigor del Decreto 93/2006 de 11 de julio, de Ordenación del Alojamiento Turístico en el Medio Rural, se detecta la necesidad de introducir algunas modificaciones solicitadas por el sector y que surgen de su aplicación práctica, en concreto en relación a las categorías de Venta de Castilla-La Mancha, alojamiento rural singular, apartamentos turísticos y las casas rurales.

Asimismo, dada la rapidez de los cambios en mercado turístico, y al ser un conjunto de reglamentaciones técnicas lo regulado en los diferentes anexos del Decreto, donde se establecen los requisitos técnicos que deben cumplir los distintos tipos de alojamientos turísticos en el medio rural, se faculta a la persona titular de la Consejería competente en materia de turismo a realizar las modificaciones que sean necesarias en función de la evolución del mercado y de los estándares de calidad que exija el mismo.

En su virtud, a propuesta de la Consejería de Cultura, Turismo y Artesanía, de acuerdo con el Consejo Consultivo de Castilla-La Mancha y previa deliberación del Consejo de Gobierno en su reunión del día 9 diciembre de 2008, dispongo:

Artículo único: Modificación del Decreto 93/2006, de 11 de Julio, de Ordenación del Alojamiento Turístico en el Medio Rural de Castilla-La Mancha.

El Decreto 93/2006, de 11 de Julio, de Ordenación del Alojamiento Turístico en el Medio Rural de Castilla-La Mancha queda modificado como sigue:

Uno.- El artículo 1, Objeto y ámbito de aplicación, queda redactado de la siguiente manera:

“1. El presente Decreto tiene por objeto ordenar la prestación de servicios de alojamiento turístico y servicios complementarios en el medio rural.

2. Se consideraran servicios de alojamiento turístico en el medio rural, la prestación del servicio de habitación o de residencia, con o sin servicio de comidas, mediante el pago de un precio, en un edificio cuyas características estéticas sean las propias de la arquitectura tradicional popular de

la comarca en que se ubique, definida conforme a las correspondientes normas de planeamiento, o de excepcional valor arquitectónico, normalmente aisladas, siempre que reúnan las instalaciones y servicios mínimos definidos en este Decreto y se ubiquen en el medio rural. A efectos de este Decreto se entiende por medio rural, aquél en el que se desarrollan predominantemente actividades en plena naturaleza o agrícolas, forestales, pesqueras de carácter fluvial, ganaderas y cinegéticas.

3. Asimismo, se consideraran alojamientos turísticos rurales el conjunto de dos o más apartamentos que se dediquen de forma permanente a su uso turístico y estén situados en municipios de menos de mil habitantes, siempre que se ubiquen en el medio rural, en un edificio adaptado al entorno natural o cuyas características estéticas sean las propias de la arquitectura tradicional popular de la comarca en que se sitúa, definida conforme a las correspondientes normas de planeamiento, o de excepcional valor arquitectónico. Se regirán por su normativa específica, debiendo cumplir los requisitos mínimos establecidos en el Capítulo III de este Decreto.

4. En ningún caso se admitirán como alojamientos turísticos rurales las viviendas turísticas vacacionales, las unidades aisladas de apartamentos y en general cualquier vivienda que, con independencia de sus condiciones de mobiliario, equipamiento, instalaciones y servicios, se ofrezcan en régimen de alquiler por motivos vacacionales o turísticos, salvo que se constituyan como complejos de turismo rural.”

Dos.- El artículo 4.2.a) queda redactado de la siguiente manera:

“2. Las Ventas de Castilla-La Mancha, cuya titularidad podrá ser ostentada por personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, deberán reunir los requisitos siguientes:

a) Estar situadas en un edificio con valor arquitectónico tradicional, histórico, cultural o etnográfico. Si el edificio ha sido reformado, deberá conservar su fisonomía original y la arquitectura tradicional de la comarca en que se ubiquen, sin que en ningún caso puedan superarse las tres alturas sobre rasante.

En el caso de edificios de nueva planta, será necesario:

1º.- Que el edificio esté originalmente concebido sin posibilidad de anexos posteriores que deformen su morfología original.

2º.- Que el edificio tenga el siguiente aspecto volumétrico:

una sección donde la parte delantera (hasta tres plantas) sea de mayor dimensión que las laterales y la posterior (hasta dos plantas) y el cuerpo principal en la parte delantera de la fachada conste de tres crujías o dimensión equivalente, teniendo el resto como máximo dos.

3º.- Que tenga un gran patio interior.

4º.- Que en la crujía interior del cuerpo principal se disponga de un espacio a doble altura a modo de gran chimenea.

5º.- Que en su construcción se utilicen materiales tradicionales de la comarca.

Los requisitos anteriores podrán ser excepcionados mediante

resolución de la Dirección General competente en materia de turismo cuando por motivos arquitectónicos, por la singularidad del proyecto o por su integración en el entorno no puedan ser cumplidos. La solicitud de dispensa deberá acompañarse de informe justificativo suscrito por arquitecto o arquitecto técnico colegiado en ejercicio, sobre dicha imposibilidad y sobre los aspectos mencionados, e informe del Servicio de Turismo de la Delegación Provincial correspondiente.”

Tres.- El artículo 7.1, queda redactado de la siguiente manera:  
“1. Son alojamientos rurales singulares aquellos establecimientos que por su excepcionalidad y especiales características o morfología, no pueden encuadrarse en ninguno de los restantes tipos de alojamiento turístico rural definidos en el artículo 3.1, tales como casas-cueva, molinos de agua o cabañas rurales con valor etnográfico, siempre que se les otorgue esta condición mediante resolución de la Dirección General competente en materia de turismo.”

Cuatro.- El artículo 11, Requisitos generales de infraestructura de los alojamientos turísticos en el medio rural, queda redactado de la siguiente manera:

“Sin perjuicio del cumplimiento de los requisitos específicos recogidos en el presente Decreto y sus anexos para la obtención de la correspondiente calificación, todos los alojamientos turísticos en el medio rural deberán cumplir los siguientes requisitos generales:

- a) Los accesos deberán estar convenientemente señalizados. Los titulares del alojamiento rural deberán facilitar a los usuarios información sobre este extremo, pudiendo realizarse a través de croquis o plano de localización.
- b) Agua sanitaria. Deberán disponer de un depósito acumulador no inferior a 50 litros por plaza cuando el suministro no proceda de la red municipal de abastecimiento.
- c) Evacuación de aguas residuales a la red de alcantarillado público o fosa séptica.
- d) Energía eléctrica con potencia contratada suficiente en función de las necesidades del establecimiento de que se trate.
- e) Servicio de depósito de basura conforme a las normas específicas aprobadas en su caso por los Ayuntamientos de los términos municipales en que se ubiquen los alojamientos.
- f) Botiquín de primeros auxilios.
- g) Extintores contra incendios en cocina y salón-comedor de al menos 5 kilogramos de carga, e instalados en lugar visible y de fácil acceso, de conformidad con las disposiciones vigentes. Habrá también, al menos, un extintor en planta alta y ático.
- h) Calefacción.
- i) Existencia de un contrato de seguro de responsabilidad civil vigente durante el periodo anual de apertura del establecimiento, que cubra los daños y lesiones que sufran los clientes por hechos que puedan ser imputables a los titulares del establecimiento o a las personas dependientes de los mismos.
- j) Cumplir con las condiciones mínimas de habitabilidad

reguladas en la normativa sobre vivienda.”

Cinco.- El artículo 12, Camas supletorias, queda redactado de la siguiente manera:

“1. Dentro del límite establecido para cada tipo de alojamiento turístico rural y acorde a las características técnicas del mismo, a solicitud del cliente podrán instalarse una cama supletoria en aquellas habitaciones cuya superficie exceda en un veinticinco por ciento de la mínima exigida según la categoría del establecimiento, y hasta un máximo de dos en aquellas habitaciones cuya superficie exceda en un cincuenta por ciento de la mínima exigida según la categoría del establecimiento. No se admitirán camas supletorias en las habitaciones individuales.

2. La instalación de cunas para niños menores de dos años deberá realizarse a petición del cliente, no teniendo en ningún caso la consideración de camas supletorias.”

Seis.- El artículo 14.2 queda redactado de la siguiente manera:

“2. En las casas rurales de alquiler completo podrá exponerse al público un inventario de las existencias de cocina, mobiliarios y complementos existentes. Dicho inventario podrá presentarse a los clientes a su llegada y verificarse en su presencia, entendiéndose su conformidad si en el momento de la firma del mismo no formularon objeción.”

Siete.- El artículo 22.2, queda redactado de la siguiente manera:

“2. En el supuesto de que el establecimiento solicitante no pudiera cumplir con los requisitos establecidos para su clasificación como casa rural y su calificación en la categoría correspondiente, la Inspección de turismo, a solicitud del titular del establecimiento, emitirá informe en el plazo de un mes desde la presentación de la solicitud, respecto del cumplimiento de los criterios de compensación establecidos en el apartado I) del Anexo II de este Decreto.”

Ocho.- La Disposición Adicional, Hoteles rurales, queda redactada de la siguiente manera:

“Los establecimientos hoteleros, a excepción de los moteles y las pensiones, en aplicación del artículo 6 del Decreto 4/1989 de 16 de enero, de Ordenación y Clasificación de Establecimientos Hoteleros, podrán obtener el reconocimiento de su especialización como rurales cuando cumplan los requisitos previstos en el Anexo IV de este Decreto. En el caso de los hoteles rurales, la placa identificativa establecida por el artículo 7 del Decreto 4/1989 de 16 de enero, incluirá las correspondientes estrellas en verde.”

Nueve.- La Disposición final primera queda redactada de la siguiente manera:

“Primera.- Modificación de anexos y facultades de desarrollo.

1. Se faculta a la persona titular de la Consejería competente en materia de turismo a modificar mediante Orden, previo trámite de audiencia a los órganos consultivos y demás instituciones representativas del sector turístico, los Anexos I, II, III y IV del presente Decreto, donde se regulan los requisitos mínimos exigidos a los diferentes alojamientos

turísticos en el medio rural.

2. Se faculta a la persona titular de la Consejería competente en materia de turismo a dictar cuantas disposiciones sean necesarias para el desarrollo de este Decreto.”

Disposición derogatoria.-

Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango a este Decreto que se opongan a lo que en él se dispone.

Disposición final.-

El presente Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de Castilla-La Mancha.

Dado en Toledo, el 9 de diciembre de 2008.

El Presidente

JOSÉ MARÍA BARREDA FONTES

La Consejera de Cultura, Turismo y Artesanía

M<sup>a</sup> SOLEDAD HERRERO SAINZ-ROZAS

# **Decreto 5/2007, de 22 de enero, regulador del Registro General de empresas, establecimientos, asociaciones de empresarios turísticos y entidades turísticas no empresariales de Castilla-La Mancha.**

(DOCM 20 de 26-01-2007)

El Estatuto de Autonomía de Castilla-La Mancha, aprobado por Ley Orgánica 9/1982, de 10 de agosto, establece en su artículo 31.1.18ª, la competencia exclusiva de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha en materia de promoción y ordenación turística, competencia que fue desarrollada por la Ley 8/1999, de 26 de mayo, de Ordenación del Turismo de Castilla-La Mancha.

Los artículos 13, 27, 29 y 31 de la Ley 8/1999, de 26 de mayo, prevén la creación de varios registros: de empresas y establecimientos turísticos, de guías de turismo, de asociaciones de empresarios turísticos y de entidades turísticas no empresariales. Con el fin de unificar la gestión de los citados registros, se impulsa el desarrollo de un registro general en el que se recojan todos los instrumentos registrales anteriormente citados.

Este Decreto tiene como objetivo básico regular la organización y el funcionamiento del Registro General de empresas, establecimientos, asociaciones de empresarios turísticos y entidades turísticas no empresariales de Castilla-La Mancha, como instrumento imprescindible que dota de mayor seguridad jurídica a la prestación de los servicios turísticos y una garantía de racionalidad en el actuar administrativo, aportando calidad a la prestación de los servicios administrativos.

En su virtud, a propuesta de la Consejería de Industria y Tecnología, de acuerdo con el dictamen del Consejo Consultivo de Castilla-La Mancha y previa deliberación del Consejo de Gobierno en su reunión de 22 de enero de 2007.

Dispongo:

## **CAPÍTULO I**

### **Disposiciones Generales.**

#### **Artículo 1.** Objeto y ámbito de aplicación.

1. El presente Decreto tiene por objeto regular la organización y el funcionamiento del Registro General de empresas, establecimientos, asociaciones de empresarios turísticos y entidades turísticas no empresariales de Castilla-La Mancha.

2. En el Registro se inscribirán las empresas, establecimientos turísticos, asociaciones y profesionales turísticos que desarrollen su actividad dentro del territorio de la Comunidad de Castilla-La Mancha, así como las oficinas de turismo que radiquen en el territorio de la misma. Del mismo modo, podrán inscribirse otras actividades relevantes en la oferta turística por la calidad y sus fines.

#### **Artículo 2.** Naturaleza del Registro y adscripción.

El Registro General de empresas, establecimientos, asociaciones de empresarios turísticos y entidades turísticas no empresariales de Castilla-La Mancha tiene naturaleza administrativa y será público, quedando adscrito orgánicamente a la Consejería competente en materia de turismo.

La inscripción constituirá prueba fehaciente de las autorizaciones administrativas y habilitaciones que se otorguen a los sujetos inscritos en el mismo y tendrá por objeto disponer de un censo exhaustivo de las empresas y actividades turísticas reglamentadas y no reglamentadas que potestativamente puedan inscribirse.

## **CAPÍTULO II**

### **Organización y funcionamiento.**

#### **Artículo 3.** Organización.

1. El Registro General de empresas, establecimientos, asociaciones de empresarios turísticos y entidades turísticas no empresariales de Castilla-La Mancha se estructurará en tres secciones:

- a) Sección 1ª: Actividades turísticas reglamentadas sujetas a autorización previa.
- b) Sección 2ª: Actividades turísticas reglamentadas no sujetas a autorización previa.
- c) Sección 3ª: Actividades turísticas no reglamentadas.

A los presentes efectos, se entiende por empresas y establecimientos turísticos reglamentados aquellos cuya actividad esté específicamente regulada por una norma reglamentaria, pudiendo o no exigirse la obtención de títulos habilitantes o autorizaciones expedidas por la Administración turística para el desarrollo de su actividad.

2. El Registro se instalará en un soporte informático y contará con una base de datos informatizada para cada una de sus secciones.

#### **Artículo 4.** Estructura de las secciones del Registro.

1. La Sección 1ª del Registro, actividades turísticas reglamentadas sujetas a autorización previa, se estructura en las siguientes subsecciones:

- a) Subsección 1ª: Alojamiento hotelero. Contiene los siguientes epígrafes:

- 1º.- Hoteles calificados de 1 a 5 estrellas, con la especialidad de Hotel rural.
  - 2º.- Moteles.
  - 3º.- Hostales de 1 y 2 estrellas.
  - 4º.- Pensiones de 1 y 2 estrellas.
  - 5º.- Hotel-apartamento.
  - b) Subsección 2ª: Alojamiento extrahotelero. Contiene los siguientes epígrafes:
    - 1º.- Alojamiento rural: Que a su vez se subdivide en los siguientes subepígrafes:
      - Ventas de Castilla-La Mancha.
      - Casas rurales, calificadas de 1 a 3 espigas.
      - Albergues rurales.
      - Explotaciones de agroturismo.
      - Complejos de turismo rural.
    - 2º.- Campings.
  - c) Subsección 3ª: Empresas de intermediación. Contiene los siguientes epígrafes:
    - 1º Agencias de Viajes.
    - 2º Centrales de reservas.
  - d) Subsección 4ª. Empresas de turismo activo.
  - e) Subsección 5ª: Profesiones turísticas. Se divide en los siguientes epígrafes:
    - 1º Guías de turismo.
    - 2º Informadores turísticos de ámbito municipal.
  - f) Subsección 6ª: Empresas de Restauración. Contiene los siguientes epígrafes:
    - 1º Restaurantes, calificados de 1 a 5 tenedores.
    - 2º Cafeterías.
2. La Sección 2ª, actividades turísticas reglamentadas no sujetas a autorización previa, se estructura en las siguientes subsecciones:
- a) Subsección 1ª: Bares.
  - b) Subsección 2ª: Oficinas de turismo.
3. La Sección 3ª, actividades turísticas no reglamentadas, se estructura en las siguientes subsecciones:
- a) Subsección 1ª: Asociaciones de empresarios turísticos.
  - b) Subsección 2ª: Entidades turísticas no empresariales.
4. Igualmente formará parte del Registro, como Anexo, un archivo o protocolo que contendrá, ordenados cronológicamente, los documentos necesarios para practicar la correspondiente inscripción, las resoluciones administrativas concernientes a aquellos y cuantos otros guarden relación con la organización, funcionamiento y actividades del establecimiento, empresa, asociación, profesional u oficina inscrita.
5. Mediante Orden del titular de la Consejería competente en materia de turismo se podrán añadir nuevas subsecciones o alterar el contenido de cada una de las tres secciones establecidas en el presente artículo.
- Artículo 5. Acceso al Registro.**
- Los ciudadanos tendrán acceso al Registro General de empresas, establecimientos, asociaciones de empresarios turísticos y entidades turísticas no empresariales de Castilla-La Mancha en los términos previstos en los artículos 35.h) y 37 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, a través de certificaciones del contenido de los asientos registrales y mediante la mera consulta de documentos. Las certificaciones se expedirán, en un plazo de diez días desde la presentación de la solicitud en la unidad responsable del Registro, por el encargado o responsable de dicha unidad.
- Artículo 6. Asientos registrales.**
- En las secciones del Registro se practicarán los siguientes tres tipos de asientos:
- a) Inscripciones.
  - b) Anotaciones.
  - c) Cancelaciones.
- Artículo 7. Carácter de la inscripción.**
1. La inscripción se practicará de oficio o a instancia del interesado y será gratuita.
  2. La inscripción, que se practicará con carácter previo al inicio del ejercicio de la actividad, será obligatoria para las empresas y establecimientos turísticos reglamentados y para las personas habilitadas para el ejercicio de una profesión turística, todas ellas correspondientes a las secciones 1ª y 2ª del Registro General.
  - 3.- Potestativamente, podrán inscribirse las asociaciones de empresarios turísticos y entidades turísticas no empresariales.
- Artículo 8. Inscripciones.**
1. Se hará una inscripción con los datos mencionados en el apartado siguiente por cada actividad turística independiente y ello aunque el titular o el establecimiento en el que se ejerciten sean coincidentes, salvo que la normativa reguladora de la actividad establezca otra cosa.
  2. Será objeto de inscripción:



- a) Para las empresas y establecimientos turísticos reglamentados:
  - 1º. Código de inscripción del establecimiento o empresa.
  - 2º. Grupo, clase, modalidad y categoría.
  - 3º. Sigla correspondiente a la actividad.
  - 4º. Persona física o jurídica titular de la empresa con su número o código de identificación fiscal.
  - 5º. Nombre comercial del establecimiento o de la actividad.
  - 6º. Localidad, dirección y teléfono.
  - 7º. Fecha de autorización.
  - 8º. Número de plazas del establecimiento, especificando, cuando proceda, el número de unidades de alojamiento, su capacidad y tipología.
  - 9º. Los periodos de apertura al público, los cierres temporales y las reaperturas.
  - 10º. Los servicios complementarios, en su caso.
  - 11º. En el caso de agencias de viajes se hará constar el número de sucursales autorizadas con sus domicilios correspondientes y marca comercial, si es diferente de su nombre o razón social, acompañando la correspondiente certificación registral.
  - 12º. En su caso, las pólizas de seguro.
- b) En el caso de profesionales turísticos:
  - 1º. Número de habilitación, así como la fecha de expedición de la misma.
  - 2º. Periodo de validez de la habilitación.
  - 3º. Ámbito territorial de la habilitación y los idiomas para los que está habilitado en el caso del guía de turismo.
  - 4º. Bajas temporales en el ejercicio de la actividad.
- c) En el caso de oficinas de turismo:
  - 1º. La titularidad, pública o privada.
  - 2º. El domicilio y teléfono.
  - 3º. El responsable de la oficina.
  - 4º. El horario y periodos de apertura al público, los cierres temporales y las reaperturas.
- d) Para las asociaciones de empresarios turísticos y entidades turísticas no empresariales, los siguientes:
  - 1º. Estatutos sociales.
  - 2º. Inscripción en el registro.
  - 3º. Número de asociados.
  - 4º. Ámbito territorial de la asociación.
  - 5º. Representante legal.
  - 6º. Domicilio donde radique la sede de la asociación y teléfono.

**Artículo 9.** Anotaciones.

Serán objeto de anotación:

- a) Las modificaciones del nombre comercial, del titular del establecimiento y, en su caso, del director, gerente o similar.
- b) Las subvenciones concedidas por las Administraciones Públicas.
- c) Las sanciones firmes.
- d) Las dispensas, conforme al artículo 12 de la Ley 8/1999, de 26 de mayo, de Ordenación del Turismo de Castilla-La Mancha.

**Artículo 10.** Cancelaciones.

Serán objeto de cancelación:

- a) Aquellas inscripciones y anotaciones afectadas por el cese de la actividad.
- b) Las sanciones impuestas con ocasión de un expediente sancionador una vez transcurridos los plazos establecidos legalmente y en los demás casos previstos en el artículo 72 de la Ley 8/1999, de 26 de mayo, de Ordenación del Turismo de Castilla-La Mancha.

### CAPÍTULO III Procedimiento registral.

**Artículo 11.** Iniciación del procedimiento de inscripción.

- 1. El procedimiento de inscripción se iniciará:
  - a) De oficio, una vez concedidas las correspondientes autorizaciones o habilitación para el ejercicio de las actividades y la clasificación, en su caso, de las empresas y establecimientos y profesionales turísticos.
  - b) A instancia de parte, para las empresas y establecimientos turísticos cuya actividad no quede sujeta a autorización previa, para las asociaciones de empresarios turísticos y para entidades turísticas no empresariales.
- 2. Las solicitudes de inscripción deberán contener los datos que se especifican en el artículo 70 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, además de los exigidos en el artículo 12 de este Decreto para efectuar los asientos de inscripción, y deberán acompañarse de la respectiva documentación requerida por la normativa específica. En caso de que la insuficiencia de los datos aportados imposibilite la práctica de la inscripción, se requerirá al interesado para que complete su solicitud en el plazo de diez días, con



indicación de que, si no se subsanan las omisiones, se le tendrá por desistido de su petición, previa resolución.

**Artículo 12.** Documentación de la solicitud de inscripción.

1. Las solicitudes de inscripción registral deberán acompañarse de la siguiente documentación:

a) En el supuesto de que el solicitante sea un bar:

1º. Licencia municipal de apertura.

2º. Fotocopia del Documento Nacional de Identidad o Código de Identificación Fiscal en caso de personas jurídicas.

3º. Copia de la escritura de la propiedad del local, contrato de arrendamiento o cualquier otro título válido en derecho.

4º. Plano del local, firmado por técnico competente y por el propietario, a escala 1/100 (en el que se expresará claramente el nombre, destino y superficie de cada dependencia, con indicación, en todo caso, del número de plazas en barra o mostrador).

5º. Fotocopia del impuesto de actividades económicas.

b) En el supuesto de que el solicitante sea una oficina de turismo:

1º. Documentación que acredite la titularidad pública o privada de la oficina de turismo.

2º. Las agencias de desarrollo, entidades asociativas, fundacionales y demás personas jurídicas sin ánimo de lucro deberán aportar copia de los estatutos.

3º. En su caso, documentación acreditativa del poder de representación del solicitante.

4º. Dotación económica presupuestada para el funcionamiento de la oficina para el año en curso.

5º. Memoria de actuación, donde se incluya el horario y periodos de apertura al público.

6º. Autorización municipal de apertura, si procede.

7º. Identificación del responsable de la oficina de turismo.

c) En el supuesto de que el solicitante sea una asociación o entidad:

1º. Fotocopia compulsada administrativamente o legalizada notarialmente de los estatutos o norma fundacional de la asociación o entidad.

2º. Fotocopia compulsada administrativamente o legalizada notarialmente del Código de Identificación Fiscal de la asociación o entidad, que servirá como acreditación de que tiene su domicilio fiscal en Castilla-La Mancha.

3º. Fotocopia compulsada administrativamente o legalizada notarialmente de la inscripción de la asociación o entidad en el registro público correspondiente.

4º. Fotocopia compulsada administrativamente o legalizada notarialmente del Documento Nacional de Identidad del firmante de la solicitud, que debe ser el representante legal de la asociación o entidad.

2. Las solicitudes de inscripción se dirigirán a la Delegación Provincial correspondiente a la provincia donde radique el domicilio de las personas físicas, y el domicilio social en el caso de las personas jurídicas, que sean objeto de inscripción registral.

**Artículo 13.** Competencias de inscripción.

1. Las resoluciones de inscripción correspondientes a empresas de intermediación, a profesionales turísticos, asociaciones de empresarios turísticos y entidades turísticas no empresariales, serán adoptadas por el Director General competente en materia de turismo.

2. Las resoluciones de inscripción en el Registro correspondientes a las empresas y establecimientos turísticos reglamentados no relacionados en el apartado anterior, serán adoptadas por el Delegado Provincial de la Consejería competente en materia de turismo de la provincia donde tenga su sede la empresa o establecimiento turístico.

**Artículo 14.** Resolución del procedimiento de inscripción.

1. La inscripción de oficio se producirá automáticamente al dictarse la resolución de autorización o habilitación para las empresas, establecimientos turísticos y profesionales turísticos.

2. En los procedimientos iniciados a instancia de parte, el plazo para resolver y notificar la resolución será de tres meses, contados desde la fecha en que la solicitud haya tenido entrada en el registro del órgano competente para su tramitación, entendiéndose estimada la solicitud si no se hubiera notificado resolución expresa en dicho plazo.

3. Las resoluciones relativas a las solicitudes de inscripción no agotan la vía administrativa y serán impugnables ante el titular de la Consejería competente en materia de turismo de conformidad con lo dispuesto en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

**Artículo 15.** Procedimiento de anotación.

1. Todos los titulares de empresas, establecimientos o actividades turísticas inscritos en el Registro solicitarán al órgano competente para la realización de la inscripción registral, en el plazo de quince días, la anotación de las circunstancias establecidas en los apartados a) y b) del artículo 9, practicándose de oficio las anotaciones referentes a los apartados c) y d) del referido artículo.

2. Las resoluciones relativas a las anotaciones no agotan la vía administrativa y serán impugnables ante el titular de la Consejería competente en materia de turismo, de conformidad con lo dispuesto en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

#### **CAPÍTULO IV** De las sanciones

##### **Artículo 16.** Sanciones.

Las infracciones cometidas contra lo dispuesto en el presente Decreto darán lugar a la correspondiente responsabilidad administrativa, en los términos establecidos en el Título IX de la Ley 8/1999, de 26 de mayo, de Ordenación del Turismo en Castilla-La Mancha.

##### **Disposición Transitoria Única.**

La Administración procederá a inscribir, de oficio, a las empresas, establecimientos turísticos, entidades y profesionales turísticos que actualmente se encuentran inscritos en los Registros existentes sobre esta materia.

##### **Disposición Derogatoria Única.**

Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo establecido en este Decreto.

##### **Disposición Final Única.** Facultades de desarrollo.

